

## VILLE DE FREJUS

-----  
EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS  
DU CONSEIL MUNICIPAL

Effectif du Conseil Municipal	45
Conseillers en Exercice	45

SEANCE DU  
26 NOVEMBRE 2019

Télétransmission en Préfecture	06 DEC. 2019
Transmission en Préfecture	
Date Réception	06 DEC. 2019

Le vingt-six novembre 2019, à dix-huit heures, le Conseil municipal de la commune de FREJUS, régulièrement convoqué, s'est réuni au lieu habituel de ses séances, sous la présidence du Maire, M. David RACHLINE\*.

**PRESENTS** : M. SERT, M. LONGO, Mme LANCINE, M. CHIOCCA\*, Mme MEUNIER\*, M. PIPITONE, Mme LAUVARD\*, M. BEAUMONT\*, M. RENARD, Mme MILIOTI, Mme RIGAILL\*, Mme FERRERI, M. MARCHAND\*, M. CURTI\*, Mme MONTESI, M. JOLY, Mme VANDRA, Mme SELVES, M. SIMON-CHAUTEMPS, M. FIHIPALAI, Mme MONET, Mme AULOY, Mme CROZET, Mme LE ROUX, M. INGRAND, Mme THOLLET-PAYSANT\*, M. MOUGIN\*, M. CHARLIER DE VRAINVILLE\*, Mme THOLLET, Mme PLANTAVIN, et Mme SOLER.

**REPRESENTES** : Conformément à l'article L. 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales, ont donné pouvoir de voter en leur nom :

M. AUREILLE à Mme MEUNIER, M. LAGUETTE à Mme RIGAILL, M. BIANCUZZI à M. CHIOCCA, Mme LECHANTEUX à M. RACHLINE, M. LATOUCHE à M. BEAUMONT, Mme SAUBIAC à M. MARCHAND, Mme MERLINO à M. CURTI, Mme DAUNAY à Mme LAUVARD, M. TOSELLO à M. CHARLIER DE VRAINVILLE, Mme DUBREUIL à Mme THOLLET-PAYSANT, M. HOUOT à M. MOUGIN.

**ABSENTS** : Mme CAUWEL, M. BARBERO.

**SECRETAIRE DE SEANCE** : M. PIPITONE.

**DELIBERATION N° 1840**

**ELABORATION DU NOUVEAU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE - BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRÊT DU PROJET**

ACTE	
PUBLIE LE _____	AFFICHE DU <u>06 DEC. 2019</u>
NOTIFIE LE _____	AU <u>08 JAN. 2020</u>
CERTIFIE EXECUTOIRE	
LE <u>06 DEC. 2019</u>	
Pour le Maire, Le Premier Adjoint  Richard SERT	



Monsieur Richard SERT, Premier Adjoint, expose :

**1) Rappel de la procédure d'élaboration du RLP**

La commune de Fréjus s'est dotée d'un Règlement Local de Publicité (RLP) le 1<sup>er</sup> octobre 1999.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » et le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité ont profondément modifié la réglementation en matière d'enseignes et d'affichages publicitaires. La loi ENE a notamment refondu la procédure d'élaboration / révision du RLP, celle-ci étant désormais identique à celle en vigueur pour l'élaboration / révision des Plans Locaux d'Urbanisme.

Par délibération n°1513 du 25 septembre 2018, la commune de Fréjus a donc prescrit l'élaboration d'un nouveau RLP en définissant des objectifs en matière de publicité extérieure ainsi que les modalités de la concertation.

Pour mémoire, le nouveau RLP doit répondre aux objectifs suivants :

- dédensifier les supports publicitaires aux abords de certaines voies et dans des secteurs surchargés en dispositifs de cette nature,
- autoriser éventuellement la mise en place de panneaux publicitaires aux abords de voies de desserte de zones commerciales, artisanales ou économiques non encore ouvertes à la publicité dans le dessein de permettre aux professionnels présents sur ces zones de promouvoir leurs activités par le biais de ces supports,
- éviter l'implantation de panneaux publicitaires dans des secteurs protégés ou sauvegardés,
- limiter la présence de ces dispositifs dans le champ de visibilité de certains sites ou monuments,
- formuler des règles spécifiques pour les entrées de ville, les carrefours (giratoires ou pas) ainsi que les abords des établissements scolaires,
- éviter le phénomène dit « d'empilement » en renforçant les règles d'inter-distance entre les dispositifs,
- élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et d'esthétique des dispositifs publicitaires,
- améliorer l'intégration des enseignes et préenseignes dans le paysage urbain, en particulier et surtout dans le centre historique et à l'intérieur du SPR de Fréjus,
- limiter en nombre et en surface cumulée les enseignes signalant une activité déterminée,
- prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage disponibles.
-

Le projet de nouveau règlement local de publicité ici proposé répond en tous points aux objectifs fixés par la délibération de prescription, notamment en diminuant sensiblement le nombre de dispositifs publicitaire aux abords de certaines voies et dans des secteurs surchargés.

Bien qu'il s'inscrive dans un objectif de protection du cadre de vie et de lutte contre les nuisances visuelles, celui-ci vise également à concilier la liberté d'affichage avec la protection de l'environnement et notamment du patrimoine et des paysages.

## **2) Bilan de la concertation**

Conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement et en application des articles L.103-2 à L.103.6 du code de l'urbanisme, le conseil municipal avait, lors de la délibération du 25 septembre 2018, défini les modalités de la concertation publique permettant d'associer à la définition du projet et tout au long de la procédure de révision, les habitants de la commune, les personnes intéressées ainsi que les personnes publiques associées.

Ces modalités étaient les suivantes :

- information en continu du public et des personnes concernées par le biais du site internet de la ville,
- information sur le bulletin municipal « Fréjus Le magazine »,
- mise à disposition d'un dossier explicatif de concertation et d'un registre à l'accueil de la mairie et dans les mairies annexes,
- mise en ligne sur le site internet de la ville du dossier explicatif de concertation et création d'une adresse mail dédiée pour recueillir les observations/suggestions du public,
- parution d'un article dans la presse locale,
- organisation d'une réunion publique.

Conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement et en application des articles L.103-2 à L.103.6 du code de l'urbanisme, les modalités de la concertation fixées par la délibération n°1513 du Conseil Municipal du 25 septembre 2018 ont permis d'associer la population ainsi que toutes les personnes concernées, en particulier les associations de commerçants, les associations de protection de l'environnement, les enseignants et les sociétés d'affichage.

La délibération n°1513 du 25 septembre 2018 a bien été notifiée aux personnes publiques associées et plus largement aux associations de protection de l'environnement et aux représentants de la profession d'afficheur.

La population ainsi que les personnes intéressées ont pu, de manière continue, suivre l'évolution du dossier et prendre connaissance des différents documents relatifs à l'élaboration du nouveau RLP de la commune de Fréjus.

La concertation s'est déroulée de la manière suivante :

- information en continu du public et des personnes concernées par le biais du site internet de la ville et notamment la mise en ligne du dossier explicatif de concertation et la création d'une adresse mail dédiée (rlpfrejus@ville-frejus.fr) pour recueillir les observations/suggestions du public,
- informations et annonces sur le site internet, les panneaux d'informations et la page Facebook de la ville indiquant la tenue d'une réunion publique de concertation le 19 septembre 2019 à 18h30 à l'Hôtel de Ville de Fréjus,
- publication de deux avis administratifs dans la presse locale : Var-Matin du 11 octobre 2018 et Var-Matin du 12 septembre 2019,

- mise à disposition d'un dossier explicatif de concertation et d'un registre à l'accueil de la mairie et dans les mairies annexes de Saint-Jean de Cannes, de la Gabelle, de la Tour de Mare et de Saint-Aygulf,
- tenue d'une réunion de concertation dédiée aux Personnes Publiques Associées le 19 septembre 2019 à 9h30 à l'Hôtel de Ville de Fréjus,
- tenue d'une réunion publique de concertation le 19 septembre 2019 à 18h30 à l'Hôtel de Ville de Fréjus,
- publication d'un article dans le bulletin municipal « Fréjus Le magazine » n°47 Juillet-Août 2019 portant sur l'avancée du projet,
- publication d'un avis dans le bulletin municipal « Fréjus Le magazine » n°48 Septembre 2019 indiquant la tenue d'une réunion publique de concertation le 19 septembre 2019 à 18h30 à l'Hôtel de Ville de Fréjus.

La population a pu ainsi, de manière continue, prendre connaissance et suivre l'évolution des éléments du dossier soit de façon dématérialisée, soit en consultant les dossiers mis à disposition du public à l'Hôtel de Ville et dans les mairies annexes.

Elle a également pu faire état de ses observations par la mise à disposition de registres à l'Hôtel de Ville et dans les mairies annexes.

L'ensemble de ces moyens et des observations émises est détaillé dans le bilan de la concertation annexé à la présente délibération.

Compte tenu de ces éléments, il convient de tirer un bilan positif de cette concertation engagée depuis octobre 2018.

### **3) Arrêt du projet de Règlement Local de Publicité**

A l'issue du constat et du diagnostic de l'existant, le projet de RLP a été mis en forme puis présenté aux habitants de la commune, aux personnes intéressées ainsi qu'aux personnes publiques associées à l'occasion notamment de deux réunions programmées le 19 septembre 2019.

Pour faire suite à la phase d'études, de concertation et d'élaboration associée, et au regard des documents composant le projet de RLP, le Conseil municipal doit désormais arrêter ce projet.

Après l'approbation de la présente délibération, le projet de RLP arrêté sera transmis pour avis conformément aux articles L.153-16, L.153-17 et L.132-12 du code de l'urbanisme :

- aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 du code de l'urbanisme,
- aux communes limitrophes qui ont demandé à être consultées,
- aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés qui ont demandé à être consultés.

Le projet de RLP arrêté sera soumis ensuite à enquête publique, ce qui permettra aux habitants et personnes intéressées de s'exprimer une nouvelle fois sur le projet et faire valoir leurs observations avant son approbation.

A l'issue de l'enquête publique, le commissaire-enquêteur remettra son rapport et ses observations.

Le conseil municipal pourra approuver le RLP en y apportant, s'il le souhaite, des modifications pour tenir compte des conclusions de l'enquête et des avis des personnes publiques associées.

Les éventuelles modifications apportées après l'enquête publique ne pourront pas remettre en cause l'économie générale du projet de RLP arrêté.

De fait,

VU le code de l'environnement et notamment les articles L.581-1 et suivants,

VU le code de l'urbanisme, notamment ses articles L.103-2 et suivants, L.153-1 et suivants,

VU la délibération n°1513 du 25 septembre 2018 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité de Fréjus et définissant les objectifs de la commune en matière de publicité extérieure et les modalités de la concertation,

VU le projet de RLP, composé notamment d'un rapport de présentation, d'un règlement et des documents graphiques annexes,

VU le bilan de la concertation annexé à la présente délibération,

CONSIDERANT que la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a modifié les dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes,

CONSIDERANT que cette loi prévoit de nouvelles conditions et procédures pour l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité et confère à l'EPCI compétent en matière de PLU(i) ou, à défaut, à la commune, la compétence pour élaborer/réviser un RLP(i),

CONSIDERANT que le RLP(i) doit être révisé conformément à la procédure de révision des PLU(i) en application de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement,

CONSIDERANT que les modalités de la concertation prévues par la délibération n°1513 du conseil municipal du 25 septembre 2018 ont été réalisées,

CONSIDERANT que le projet de RLP a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription d'élaboration du RLP de Fréjus du 25 septembre 2018, à savoir :

- dédensifier les supports publicitaires aux abords de certaines voies et dans des secteurs surchargés en dispositifs de cette nature ;
- autoriser éventuellement la mise en place de panneaux publicitaires aux abords de voies de desserte de zones commerciales, artisanales ou économiques non encore ouvertes à la publicité dans le dessein de permettre aux professionnels présents sur ces zones de promouvoir leurs activités par le biais de ces supports ;
- éviter l'implantation de panneaux publicitaires dans des secteurs protégés ou sauvegardés ;
- limiter la présence de ces dispositifs dans le champ de visibilité de certains sites ou monuments ;
- formuler des règles spécifiques pour les entrées de ville, les carrefours (giratoires ou pas) ainsi que les abords des établissements scolaires ;
- éviter le phénomène dit « d'empilement » en renforçant les règles d'interdistance entre les dispositifs ;
- élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et d'esthétique des dispositifs publicitaires ;
- améliorer l'intégration des enseignes et préenseignes dans le paysage urbain, en particulier et surtout dans le centre historique et à l'intérieur du SPR de Fréjus ;
- limiter en nombre et en surface cumulée les enseignes signalant une activité déterminée;
- prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage disponibles.

CONSIDERANT que les points suivants du projet de RLP ont été pris en compte à la suite des remarques émises lors de la concertation :

- modification de l'article 4 de la partie réglementaire du RLP afin d'exempter la publicité apposée sur mobilier urbain des contraintes liées au RAL de couleurs

- imposées par le RLP. Cette modification permet de tenir compte des contraintes des professionnels de l'affichage émises lors de la réunion publique et par la société JC Decaux dans sa contribution,
- modification de la plage d'extinction nocturne applicable aux publicités, enseignes et préenseignes en adaptant cette plage à la période estivale et aux services rendus par le mobilier urbain dans un souci d'intérêt général. Cette modification permet de tenir compte des contraintes des professionnels de l'affichage émises lors de la réunion publique et par l'UPE dans sa contribution,
  - ajout d'une règle spécifique dédiée au domaine ferroviaire dans la partie réglementaire du RLP permettant de maintenir l'état actuel du territoire et de tenir compte des demandes des professionnels de l'affichage émises lors de la réunion publique et par l'UPE dans sa contribution,
  - précision, dans le rapport de présentation, quant à l'application du RLP lorsque certains espaces seront couverts par plusieurs zones de publicités, conformément à la demande émise par M. Hérac,
  - précision, dans la partie réglementaire du RLP, de l'interdiction d'avoir de la publicité numérique apposée sur le mobilier urbain afin de tenir compte de la demande de Paysages de France, notamment dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR), zone de publicité n°1,
  - précision, dans la partie réglementaire du RLP, des surfaces maximums autorisées en matière de mobilier urbain en distinguant la surface d'affiche et la surface « hors tout » (affiche et encadrement) et l'harmonisation des surfaces de ces dispositifs sur le territoire, conformément à la demande de JC Decaux,
  - précision, dans la partie réglementaire du RLP, des règles applicables aux publicités apposées sur murs ou clôtures relevant en partie de la réglementation nationale, conformément à la demande de clarification de l'UPE,
  - amélioration des documents graphiques définissant le zonage, afin de distinguer les agglomérations de moins de 10 000 habitants et l'agglomération de plus de 10 000 habitants et ce, afin de faciliter la lecture du document, conformément à la proposition émise par la ville de Fréjus dans le cadre de la réunion de concertation dédiée aux Personnes Publiques Associées du 19 septembre 2019. L'ajustement de la légende du zonage est également pris en compte, suite à une remarque des professionnels de l'affichage lors de la réunion publique de concertation du 19 septembre 2019 et à la contribution de M. Hérac. Le zonage du rapport de présentation et des annexes a été donc ajusté dans ce sens,

CONSIDERANT que les documents annexes et le chapitre V du rapport de présentation ont été ajustés afin de tenir compte des différentes modifications évoquées ci-avant,

CONSIDERANT que le projet de RLP est prêt à être transmis pour avis aux personnes publiques qui ont été associées à sa révision,

CONSIDERANT la nécessité de tirer le bilan de la concertation et d'arrêter le projet,

Il est proposé au Conseil municipal :

DE DRESSER un bilan favorable de la concertation conformément au document annexé à la présente délibération.

D'ARRÊTER le projet de Règlement Local de Publicité tel qu'annexé à la présente délibération (tomes 1, 2 et 3 ci-annexés).

D'AUTORISER M. le Maire à poursuivre la procédure d'élaboration du RLP.

DE DIRE que la présente délibération sera transmise à la Préfecture du Var, fera l'objet d'un affichage durant un mois aux lieux habituels de la mairie, conformément aux dispositions de l'article R.153-3 du code de l'urbanisme et publiée au recueil des actes administratifs de la commune.

DE PRECISER que, conformément aux articles L.153-16, L.153-17 et L.132-12 du code de l'urbanisme, le projet de RLP arrêté sera transmis pour avis aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 du code de l'urbanisme, aux communes limitrophes qui ont demandé à être consultées et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés qui ont demandé à être consultés.

**LE CONSEIL MUNICIPAL,**

**VU l'avis favorable de la commission urbanisme, logement, développement économique, travaux, environnement, voirie et transports réunie le 21 novembre 2019 ;**

**APRES avoir entendu l'exposé qui précède et délibéré à l'UNANIMITE des membres présents et représentés par 43 voix POUR ;**

**DRESSE un bilan favorable de la concertation conformément au document annexé à la présente délibération.**

**ARRÊTE le projet de Règlement Local de Publicité tel qu'annexé à la présente délibération (tomes 1, 2 et 3 ci-annexés).**

**AUTORISE M. le Maire à poursuivre la procédure d'élaboration du RLP.**

**DIT que la présente délibération sera transmise à la Préfecture du Var, fera l'objet d'un affichage durant un mois aux lieux habituels de la mairie, conformément aux dispositions de l'article R.153-3 du code de l'urbanisme et publiée au recueil des actes administratifs de la commune.**

**PRECISE que, conformément aux articles L.153-16, L.153-17 et L.132-12 du code de l'urbanisme, le projet de RLP arrêté sera transmis pour avis aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 du code de l'urbanisme, aux communes limitrophes qui ont demandé à être consultées et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés qui ont demandé à être consultés.**

**AINSI FAIT et DELIBERE à Fréjus, le 26 novembre 2019 et ont signé les membres présents après lecture faite.**

**POUR EXPEDITION  
CONFORME**

*Fréjus, le  
Le Maire*

**06 DEC. 2019**



Pour le Maire,  
L'Adjoint délégué  
**Sonia LAUVARD**





# **REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

**Bilan de la concertation**

# SOMMAIRE

## 1. CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION

- 1.1 **La concertation : une formalité obligatoire dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)**
- 1.2 **Les modalités retenues dans le cadre de l'élaboration du RLP de Fréjus**
- 1.3 **Les actions réalisées**
  - 1.3.1 **Affichage et notification de la délibération prescrivant l'élaboration du nouveau RLP**
  - 1.3.2 **Le magazine municipal**
  - 1.3.3 **Les articles dans la presse locale**
  - 1.3.4 **Le site internet de la ville**
  - 1.3.5 **Le compte Facebook de la ville**
  - 1.3.6 **Les autres moyens de diffusion d'information**
  - 1.3.7 **Les registres de concertation et dossiers explicatifs**
  - 1.3.8 **La tenue de deux réunions**

## 2. SYNTHESE DES AVIS

- 2.1 **Observations reçues par l'adresse mail dédiée à la concertation**
- 2.2 **Observations émises lors de la réunion avec les Personnes Publiques Associées (PPA)**
- 2.3 **Observations émises lors de la réunion publique**

## 3. BILAN DE LA CONCERTATION

### ANNEXES

- **Délibération n°1513 du Conseil municipal du 25 septembre 2018 portant prescription de l'élaboration du RLP de Fréjus : liste des autorités/personnalités notifiées**
- **Liste des personnalités invitées à la réunion publique du 19/09/2019**

## **1. CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION**

### **1.1 La concertation : une formalité obligatoire dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)**

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » a profondément modifié la réglementation en matière d'enseignes et d'affichages publicitaires et a, en outre, refondu la procédure d'élaboration/révision du RLP. Celle-ci est désormais identique à celle régissant l'élaboration/la révision des Plans Locaux d'Urbanisme.

Les articles L.103-2 à L.103-6 du code de l'urbanisme font obligation à la personne publique ayant l'initiative d'un RLP d'organiser une concertation dans des conditions fixées par une délibération afin d'associer pendant toute la durée de l'élaboration/la révision du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Les modalités de la concertation doivent permettre au public, pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés aux enjeux, d'accéder aux informations relatives au projet et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'initiateur du projet.

A l'arrêt du projet de RLP, le bilan de la concertation est présenté devant l'organe délibérant qui doit également l'arrêter.

Dans un premier temps, le bilan rappelle les modalités de concertation retenues et les actions réalisées. Puis, dans un second temps, il rend compte des observations et propositions émises par les personnes ayant participé à la concertation.

Ce bilan est joint au dossier de l'enquête publique qui succède à la phase de concertation.

### **1.2 Les modalités retenues dans le cadre de l'élaboration du RLP de Fréjus**

Conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement et en application des articles L.103-2 à L.103.6 du code de l'urbanisme, le conseil municipal a défini les modalités de la concertation dans la délibération n°1513 du Conseil Municipal du 25 septembre 2018 portant prescription de l'élaboration d'un nouveau RLP, à savoir :

- information en continu du public et des personnes concernées par le biais du site internet de la ville,
- information sur le bulletin municipal « Fréjus Le magazine »,
- mise à disposition d'un dossier explicatif de concertation et d'un registre à l'accueil de la mairie et dans les mairies annexes,
- mise en ligne sur le site internet de la ville du dossier explicatif de concertation et création d'une adresse mail dédiée pour recueillir les observations/suggestions du public,
- parution d'un article dans la presse locale,
- organisation d'une réunion publique.

La commune de Fréjus a tenu ses engagements et la population ainsi que les personnes intéressées ont pu, de manière continue, suivre l'évolution du dossier et prendre connaissance des différents documents relatifs à l'élaboration du nouveau RLP.

### 1.3 Les actions réalisées

#### 1.3.1 Affichage et notification de la délibération prescrivant l'élaboration du nouveau RLP

La délibération n°1513 du Conseil Municipal du 25 septembre 2018 portant prescription de l'élaboration d'un nouveau RLP a été affichée à l'Hôtel de Ville de Fréjus pendant un mois à compter du 1<sup>er</sup> octobre 2018.

Le dispositif de cette délibération a été publié au recueil des actes administratifs de la commune le 09 octobre 2018.

Enfin, cette délibération a été notifiée aux personnes publiques associées et plus largement aux associations de protection de l'environnement et aux représentants de la profession d'afficheur (voir listes ci-annexées).

#### 1.3.2 Le magazine municipal

Le magazine municipal « Fréjus le Magazine » a été l'un des vecteurs de communication lors de la phase de concertation et de révision du projet de RLP.

Un premier article est paru en juillet 2019 afin d'informer le public de la possibilité de participer à la révision du projet de RLP soit par le biais du site internet de la commune, soit par le biais des registres mis à la disposition du public à l'Hôtel de ville et dans les mairies annexes.



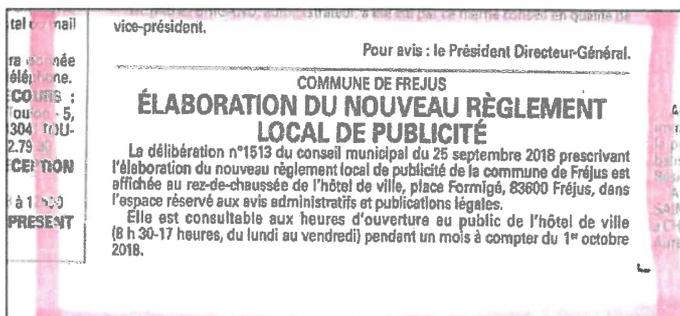
Outre le rappel des modalités de la participation du public, un second article, paru en septembre 2019, a informé le public et les personnes intéressées de la tenue d'une réunion publique le jeudi 19 septembre 2019 à l'Hôtel de Ville.



### 1.3.3 Les articles dans la presse locale

Deux encarts sont parus dans la presse locale :

- Le 11 octobre 2018, dans « Var Matin », la prescription de l'élaboration du nouveau RLP est portée à la connaissance du public.



- Le 12 septembre 2019, dans « Var Matin », le public est informé de la tenue d'une réunion publique organisée le 19 septembre 2019 à l'Hôtel de Ville.

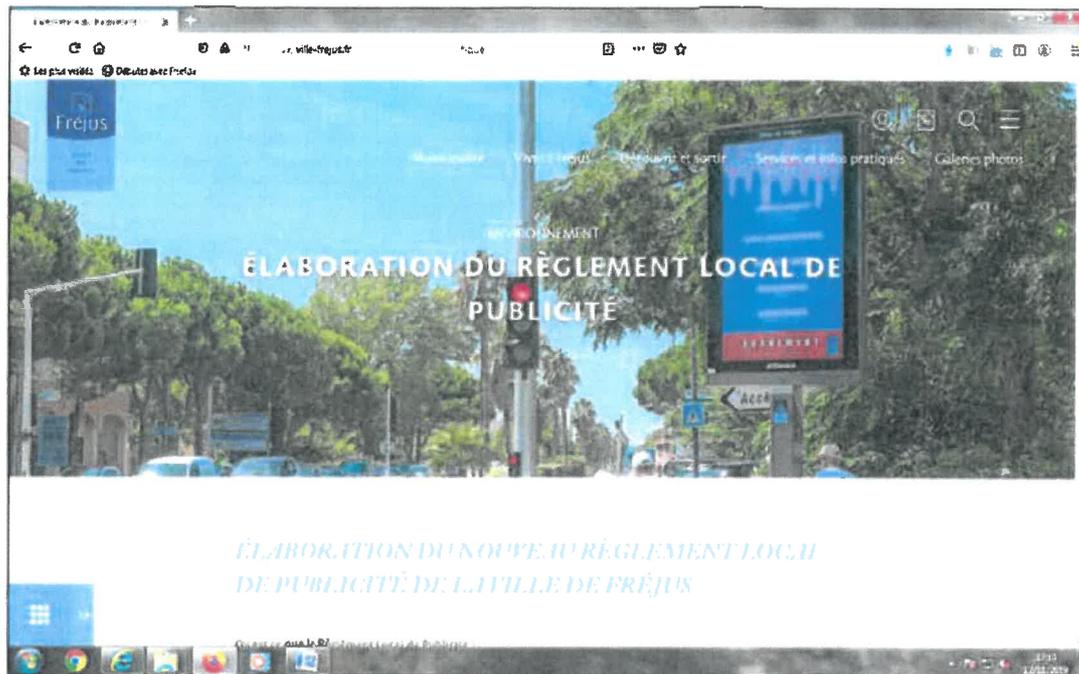


### 1.3.4 Le site internet de la ville

Un avis est paru le 08 octobre 2018 à la rubrique « Actes administratifs – Arrêtés » afin d'informer le public de l'ouverture de la procédure d'élaboration du nouveau RLP.

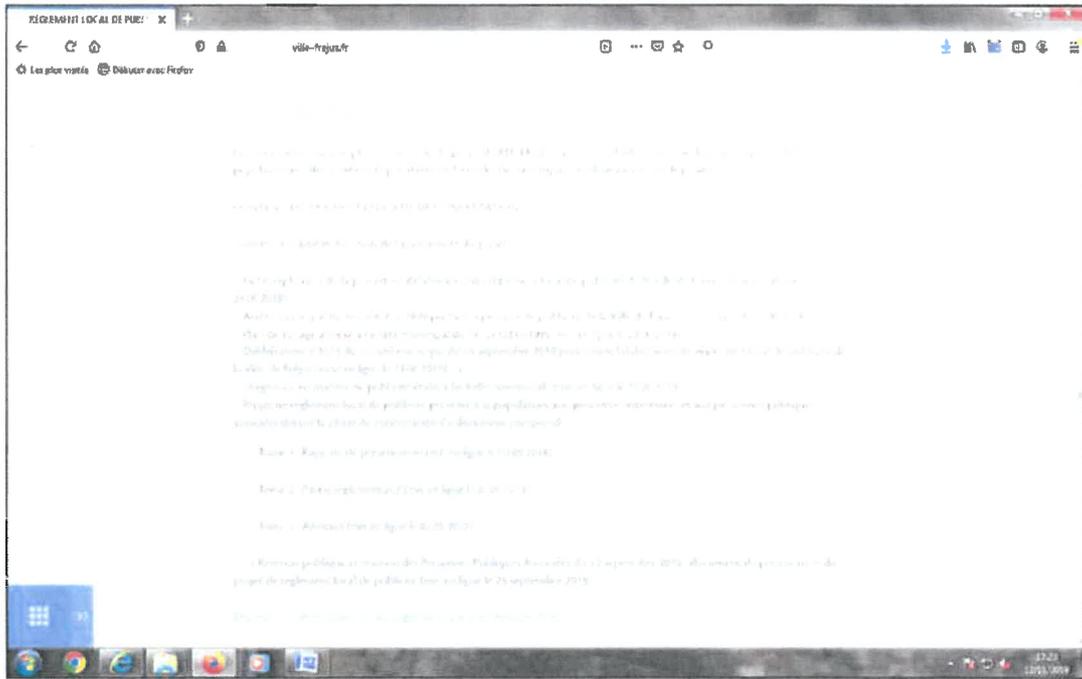


En outre, une page dédiée au Règlement Local de Publicité a été ouverte le 23 juin 2019. Elle rappelle les grandes étapes du processus d'élaboration/ de révision du RLP : enjeux, objectifs et modalités de la concertation y sont détaillés (<https://www.ville-frejus.fr/fr/services-et-infos-pratiques/environnement/elaboration-du-reglement-local-de-publicite>).

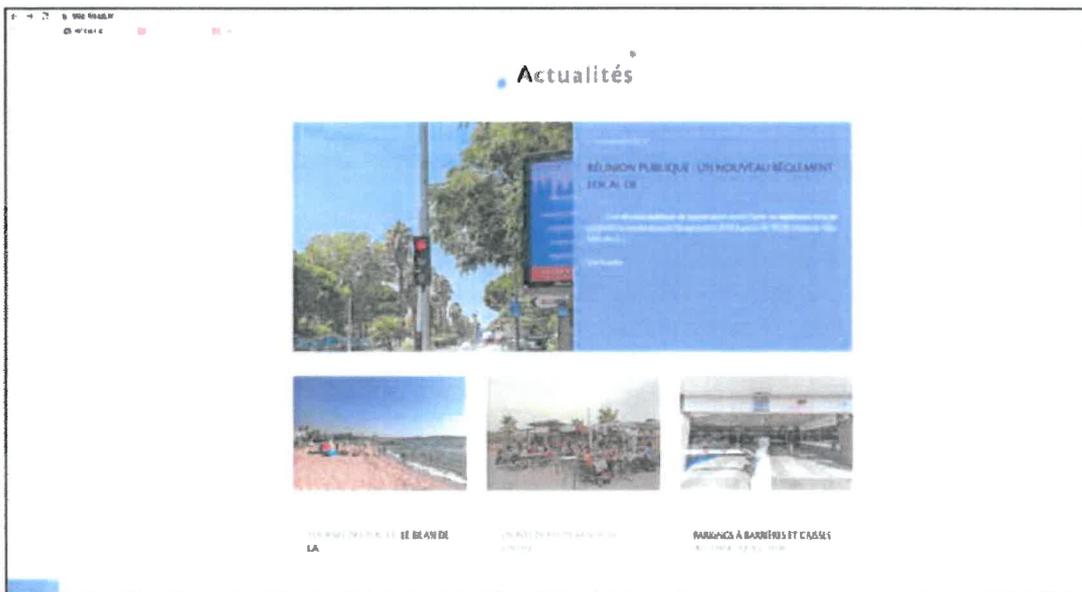


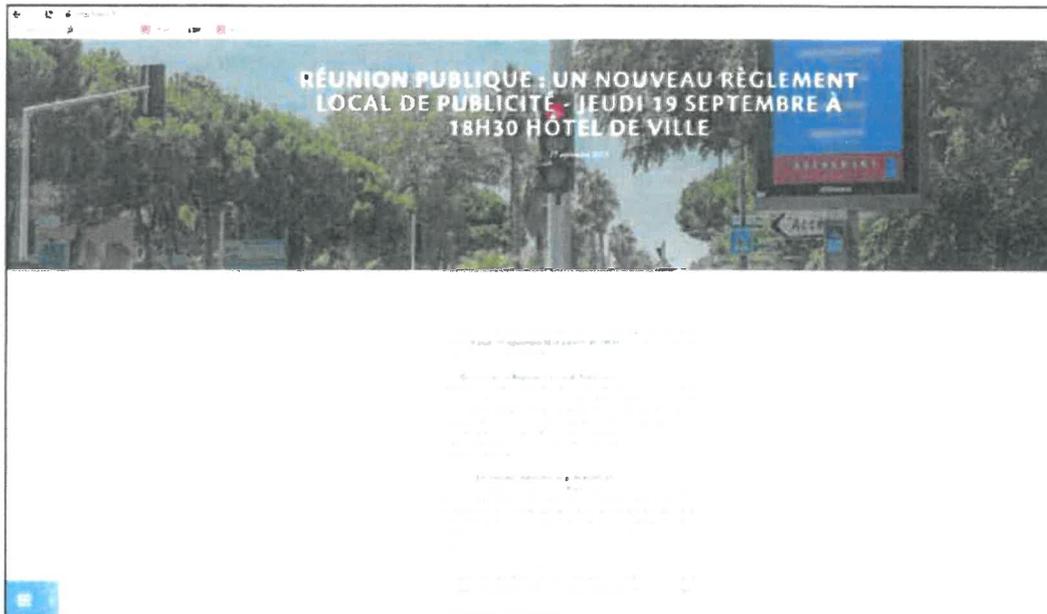
C'est également à partir de cette page que le public a eu la possibilité de formuler – via une adresse mail dédiée ([rlpfrejus@ville-frejus.fr](mailto:rlpfrejus@ville-frejus.fr)) - des observations et propositions dans le cadre de la concertation publique.





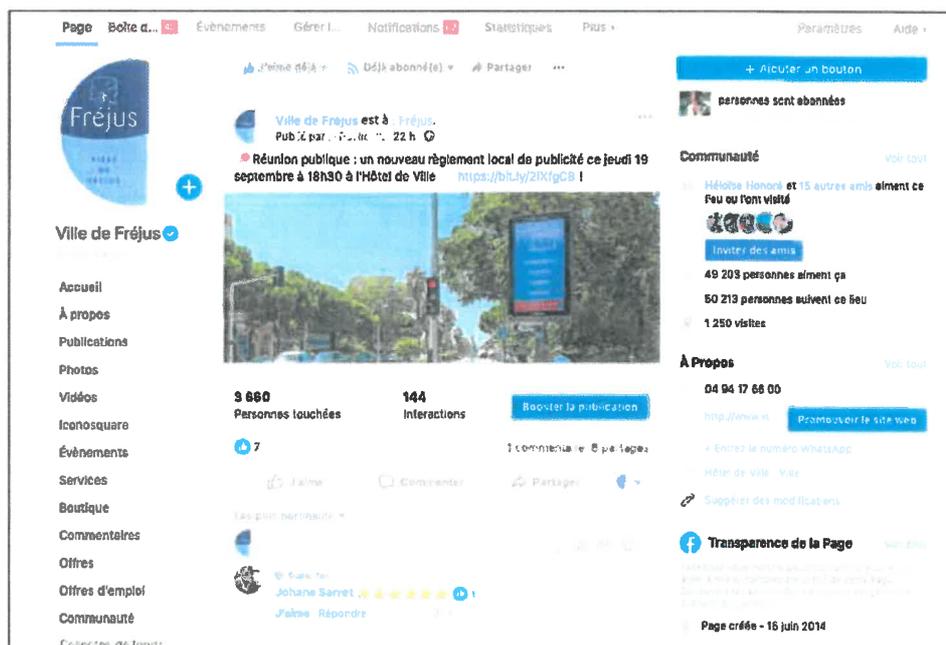
C'est enfin par la page « Actualités » du site internet de la ville que le public a pu prendre connaissance de la tenue d'une réunion publique le 19 septembre 2019 à l'Hôtel de Ville.





### 1.3.5 Le compte Facebook de la ville

La réunion publique du 19 septembre 2019 a été relayée par le compte Facebook de la commune.



### 1.3.6 Les autres moyens de diffusion d'information

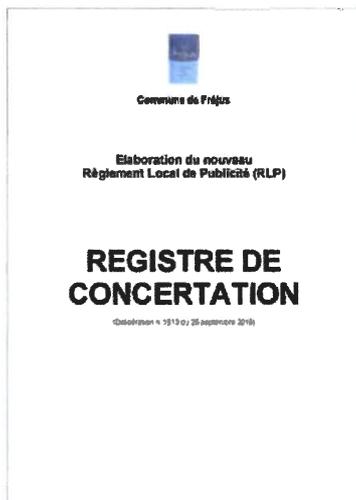
D'autres mesures de publicité ont été mises en œuvre pour encourager la participation de toutes les personnes intéressées par cette problématique :

- une diffusion sur les panneaux d'information de la ville pour convier le public à la réunion publique organisée le 19 septembre 2019,

- la diffusion d'affiches auprès des commerçants pour convier le public à la réunion publique organisée le 19 septembre 2019.

### 1.3.7 Les registres de concertation et dossiers explicatifs

Un dossier explicatif ainsi qu'un registre de concertation ont été mis à la disposition du public à l'accueil de l'Hôtel de Ville et dans les mairies annexes de Saint-Jean de Cannes, de la Gabelle, de la Tour de Mare et de Saint-Aygulf à partir du 04 juillet 2019.

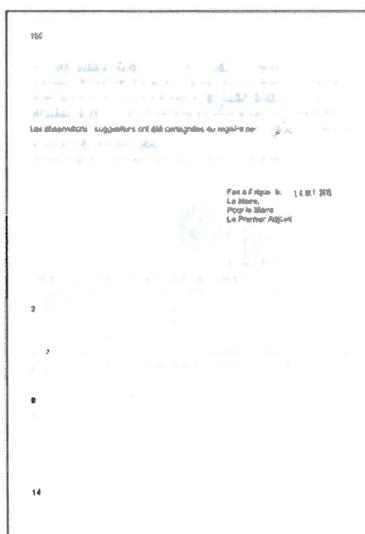


On ne comptabilise aucune remarque dans les registres jusqu'à l'arrêt du RLP.

Six courriels ont été adressés à la commune via l'adresse mail dédiée au RLP ([rlpfrejus@ville-frejus.fr](mailto:rlpfrejus@ville-frejus.fr)). Il est fait mention de la réception de ces courriels en dernière page du registre mis à la disposition du public à l'Hôtel de Ville.

Le courriel de JC DECAUX a été doublé d'un envoi postal.

Hormis ce double, aucun courrier relatif au RLP n'a été adressé à la commune par la voie postale.



### 1.3.8 La tenue de deux réunions

Deux réunions ont été organisées dans le cadre de la concertation (voir détails ci-après) :

- une réunion de concertation dédiée aux Personnes Publiques Associées le 19 septembre 2019 de 9h30 à 11h30 à l'Hôtel de Ville de Fréjus,
- une réunion publique de concertation le 19 septembre 2019 de 18h30 à 20h00 à l'Hôtel de Ville de Fréjus à laquelle étaient conviés notamment les représentants des quatre associations de commerçants de Fréjus, les représentants des zones d'activités, les présidents des conseils de quartier, les principales associations de protection de l'environnement et les représentants de la profession d'afficheur.



## 2. SYNTHÈSE DES AVIS

### 2.1 Observations reçues par l'adresse mail dédiée à la concertation

#### *Paysages de France*

Une contribution de Paysages de France a été transmise par courriel le 23 juin 2019 à la commune de Fréjus, avec pour objet la révision du règlement local de publicité de la ville.

Dans cette contribution l'association Paysages de France transmet un document de synthèse rappelant ses préconisations en matière de réglementation de la publicité extérieure. Elle insiste sur le fait que ses propositions sont réalistes et réalisables.

Dans le support transmis en complément du courriel, l'association Paysages de France propose :

- l'interdiction des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, excepté dans les zones d'activités et dans des formats n'excédant pas 2m<sup>2</sup> ;
- l'interdiction des publicités apposées sur clôture et la limitation en surface (4m<sup>2</sup>) et en nombre (1 par mur aveugle) des dispositifs apposés sur mur ;
- l'interdiction des publicités numériques ou leur autorisation en zone d'activité si leurs images sont fixes et si elles n'excèdent pas 1m<sup>2</sup> ;
- l'interdiction des publicités lumineuses sur toiture ;
- la limitation à 12m<sup>2</sup> des bâches de chantiers et l'interdiction des bâches publicitaires sur le territoire ;
- de limiter la publicité apposée sur mobilier urbain (sucette) à 2m<sup>2</sup> et 2,2m de hauteur (avec une limitation en nombre), d'autoriser du numérique sur mobilier urbain uniquement si ces images sont fixes et imposer une plage d'extinction nocturne à ces dispositifs ;
- de limiter la publicité apposée sur mobilier urbain (abribus) à 2m<sup>2</sup> de surface cumulée, l'autorisation du numérique sur mobilier urbain uniquement si ces images sont fixes et si respect d'une plage d'extinction nocturne ;
- de limiter la surface cumulée des enseignes parallèles au mur à 6 ou 4m<sup>2</sup> en fonction de la surface de la façade commerciale ;
- l'interdiction des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ou leur limitation en surface en zones d'activités uniquement ;
- l'interdiction des enseignes de plus d'1m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol excepté pour les activités situées en retrait de la voie publique, dans la limite de 2m<sup>2</sup> et 2m de haut (avec interdiction du numérique sur ces dispositifs) ;
- de limiter les enseignes inférieures ou égales à 1m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol à 1 dispositif par tranche de 25m de linéaire de façade ;
- de limiter les enseignes sur clôture à 2m<sup>2</sup> et à 1 enseigne sur clôture par tranche de 50m de linéaire de façade ;
- la mise en place d'une réglementation équivalente pour les enseignes temporaires.

L'ensemble des propositions faites par l'association sont, pour certaines, déjà prises en compte dans le projet de RLP. Elles ne nécessitent donc pas d'ajustement du projet. C'est le cas, par exemple, pour l'interdiction de certains types d'enseignes ou pour la limitation en surface de certaines publicités. Par contre, d'autres demandes ne semblent pas contextualisées et tenir compte des spécificités du territoire de Fréjus notamment pour ce qui relève des enseignes sur clôture, de la limitation de la surface cumulée des enseignes ou encore des demandes d'interdiction ou réduction de surface de certains types de publicité.

#### *Paysages de France*

Une seconde contribution de Paysages de France a été transmise par courriel le 23 septembre 2019 à la commune de Fréjus, avec pour objet la révision du règlement local de publicité de la ville.

Dans cette contribution l'association Paysages de France propose des adaptations au projet, à savoir :

- revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique en limitant la place de la publicité et en réglementant strictement les dispositifs lumineux ;
- avoir un format unique de 4m<sup>2</sup> pour la publicité apposée sur mur ou clôture en ZP4 ;
- elle souhaite un format unique à 2m<sup>2</sup> pour la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol en ZP2 et ZP4 ;
- en ZP1 : interdire la publicité lumineuse sur mobilier urbain, *a minima* la publicité numérique ;
- en ZP4 : interdire le numérique le long des axes structurants, l'autoriser dans les zones d'activités dans la limite d'1m<sup>2</sup> ;
- limiter le mobilier urbain à 2m<sup>2</sup> sur l'ensemble du territoire et y interdire le numérique ;
- limiter à 12m<sup>2</sup> la publicité sur bâche de chantier ;
- limiter les enseignes à 6m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50m<sup>2</sup> et à 4m<sup>2</sup> pour les façades inférieures à 50m<sup>2</sup> ;
- interdire les enseignes numériques ;
- interdire les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ou, *a minima*, les limiter à 4m<sup>2</sup> ;
- interdire les enseignes sur toiture ou les limiter à 8m<sup>2</sup> en zones d'activités.

Certaines remarques ont déjà été formulées dans la première contribution de l'association Paysages de France et n'ont pas été prises en compte lors de la rédaction du projet car elles étaient parfois non contextualisées et ne s'adaptait pas à la réalité du territoire. Cependant, la ville porte une réflexion attentive notamment en ce qui concerne le numérique et les dispositifs lumineux et leurs impacts. A ce titre, certaines remarques émises peuvent faire l'objet d'adaptation du projet de RLP.

#### *Eric HERAC*

Une contribution de M. Eric HERAC a été transmise par courriel le 12 septembre 2019 à la commune de Fréjus, avec pour objet la révision du règlement local de publicité de la ville.

Dans cette contribution, M. Eric HERAC émet des remarques et observations sur les points suivants :

- sur les cartographies présentes en annexes et dans le rapport de présentation : une coquille s'est glissée dans la légende des cartographies, celles-ci ne reprenant pas les intitulés du rapport de présentation et de la partie réglementaire ;
- sur le traitement des espaces couverts par 2 zones de publicités : il souhaite connaître la réglementation à prendre en compte dans ce cas spécifique.

Ces remarques pourront permettre l'ajustement du projet afin que celui-ci soit compréhensible par tous et soit suffisamment précis.

#### *Thierry HUE*

Une contribution de M. Thierry HUE a été transmise par courriel le 24 juillet 2019 à la commune de Fréjus, avec pour objet la révision du règlement local de publicité de la ville.

Dans cette contribution, M. Thierry HUE émet des remarques et observations sur le point suivant :

- interdire la pose de flyers publicitaires sur les véhicules en stationnement.

#### *Union de la Publicité Extérieure (UPE)*

Une contribution de l'UPE a été transmise le 10 octobre 2019 à la commune Fréjus, avec pour objet la révision du règlement local de publicité de la ville.

Dans cette contribution l'UPE émet des remarques et observations sur les points suivants :

- sur l'article 4 concernant les dispositions générales : l'UPE souhaiterait que le projet de RLP précise les termes de cet article, notamment pour ce qui relève de « l'intégration respectueuse de l'environnement », la possibilité de maintenir des aménagements d'éclairage et la clarification des règles de coloris applicables ou non à la publicité apposée sur mobilier urbain ;
- sur la plage d'extinction nocturne : l'UPE souhaiterait que le projet de RLP réduise la période d'extinction nocturne pour qu'elle soit effective de 1h à 6h durant la période estivale ;
- sur la publicité sur bâche : l'UPE souhaiterait que le projet de RLP n'encadre pas la surface de ces dispositifs et que s'applique seulement la réglementation nationale ;
- sur le zonage : l'UPE souhaiterait que l'avenue de l'Argens soit intégrée à la ZP4 ;
- sur le format des dispositifs publicitaires : l'UPE souhaiterait que le format de 8m<sup>2</sup> soit réintégré à la ZP3 et que la réglementation nationale s'applique en ZP3 pour les publicités apposées sur mur ou clôture ;
- sur le domaine ferroviaire : l'UPE souhaiterait intégrer au projet une réglementation spécifique sur le domaine appartenant à la SNCF : 1 dispositif seul sur son emplacement / 10 dispositifs publicitaires maximum sur l'ensemble du territoire SNCF / Interdistance de 50m entre chaque dispositif / Aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée. En gare, l'UPE propose la règle suivante : maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double-face) / Interdistance de 50m entre chaque dispositif simple ou double /Aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie ferrée.

Certaines demandes vont à l'encontre de la volonté de la ville concernant l'harmonisation entre les différentes agglomérations. D'autres pourront faire l'objet de réflexion pour préciser le document, c'est le cas notamment des propositions émises concernant le domaine ferroviaire.

#### *JC Decaux*

Une contribution de JC Decaux a été transmise le 10 octobre 2019 à la commune Fréjus, avec pour objet la révision du règlement local de publicité de la ville.

Dans cette contribution JC Decaux émet des remarques et observations sur les points suivants :

- sur la surface de la publicité apposée sur mobilier urbain : JC Decaux invite la commune à distinguer la surface d'affiche de la surface « hors tout ». Il invite également à limiter les contraintes de formats (8m<sup>2</sup> sur l'ensemble du territoire, sauf en ZP1 correspondant au Site Patrimonial Remarquable) ;
- sur les dispositions générales du RLP : JC Decaux souhaite que l'article 4 du RLP ne s'applique pas au mobilier urbain supportant de la publicité ;
- sur les images fixes et défilantes : JC Decaux souhaite que le document intègre la définition d'images fixes ou défilantes dans un souci de sécurisation juridique ;
- sur l'absence de limitation pour la publicité apposée sur mobilier urbain : JC Decaux propose que le mobilier urbain respecte les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, soit les dispositions nationales prévues au code, sans restriction locale ;
- sur la plage d'extinction nocturne : JC Decaux souhaiterait que la plage d'extinction nocturne ne soit pas applicable au mobilier urbain, comme c'est le cas actuellement dans le code de l'environnement (alors qu'un RLP peut instituer une réglementation plus stricte que la réglementation nationale).

Afin de tenir compte du caractère spécifique du mobilier urbain, certaines remarques pourront faire l'objet d'ajustements dans le cadre du projet de RLP, sans toutefois exonérer de règles locales le mobilier urbain supportant de la publicité.

## **2.2 Observations émises lors de la réunion avec les Personnes Publiques Associées (PPA)**

Une réunion dédiée aux PPA s'est tenue le jeudi 19 septembre 2019 à l'Hôtel de Ville de Fréjus de 9h30 à 11h30. Son objectif était de recueillir les observations de toute personne intéressée sur le projet.

Chaque participant avait été convié par lettre recommandée avec avis de réception datée du 26 août 2019.

Dans un premier temps, le projet de la commune est présenté aux personnes présentes sous la forme d'un support PowerPoint.

La seconde partie de la réunion est consacrée aux échanges avec les PPA, dont voici les remarques :

### *Le représentant de la CCI 83*

Lors de son intervention, le représentant de la CCI 83 demande si la ville a déjà eu des retours dans le cadre de la concertation. Il est répondu qu'un particulier ainsi que l'association Paysages de France ont déjà transmis des remarques sur le projet. Quant aux professionnels, il n'y a pas encore eu de retour mais ils ont été conviés à participer à la réunion publique programmée le 19 septembre 2019 à 18h30. La ville a convié à cette réunion les professionnels de l'affichage, les associations de protection de l'environnement mais également les associations représentantes des commerçants et zones d'activités du territoire.

Dans un second temps, il demande pourquoi la zone du Capitou n'a pas été intégrée à la ZP4. Il est précisé que la zone du Capitou compte moins de 10 000 habitants. A ce titre, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol y est interdite par la réglementation nationale. Le projet de RLP tient compte de ces éléments et n'a donc pas pu intégrer la zone du Capitou à la ZP4 qui autorise la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol. En outre, le RLP a pour objectif d'harmoniser autant que possible les règles entre les différentes agglomérations (- de 10 000 habitants et + de 10 000 habitants).

### *Le représentant de la commune limitrophe de Roquebrune-sur-Argens*

Il demande comment le projet s'articule avec la réglementation des zones d'activités sur le territoire de l'EPCI. Il est répondu que l'EPCI, les communes limitrophes de Fréjus et les professionnels (afficheurs / commerçants / associations les représentants) ont été conviés à participer à la concertation et aux réunions dédiées (réunion PPA et réunion publique). Par ailleurs, il est précisé que les règles applicables sont moins restrictives en zones d'activités que sur les autres espaces du territoire afin de tenir compte des besoins des acteurs locaux. Le futur RLP tient également compte des nouveaux enjeux du territoire notamment entre la zone d'activité de la Palud et du Capitou.

### *Les élus et services de la ville de Fréjus*

Ils demandent à quelles règles sont soumises les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Le bureau d'études, prestataire de la Ville de Fréjus dans ce dossier, rappelle que le Code de l'environnement limite ces dispositifs à 60m<sup>2</sup> de surface cumulée et précise qu'ils doivent être réalisés en lettres ou signes découpés en dissimulant leur fixation. Leur hauteur est également limitée à 3 ou 6m en fonction de la hauteur du bâtiment. Le RLP a choisi d'autoriser ces enseignes uniquement en ZP3, dans la limite de 40m<sup>2</sup> de surface cumulée et 3m de hauteur quelle que soit la hauteur du bâtiment. Il est également précisé que malgré les abords de l'autoroute, ces dispositifs restent autorisés au titre du code de l'environnement et du projet de RLP.

Ils demandent à ce que le zonage puisse faire apparaître les agglomérations de moins de 10 000 habitants et celles de plus de 10 000 habitants pour faciliter la compréhension du document et des règles applicables.

Ils précisent que la mise en place de la TLPE (Taxe Locale sur la Publicité Extérieure) a également permis d'inciter les commerçants à maîtriser leur surface d'enseignes.

*L'ensemble des participants* s'accorde pour dire qu'un travail d'information important devra être mené pendant la révision du RLP et après l'approbation du document pour permettre aux assujettis de s'approprier la nouvelle réglementation en vigueur. En cas de besoin, la ville rappelle qu'elle pourra également effectuer un travail de sensibilisation et de police pour les dispositifs non-conformes. La mairie, l'EPCI, la CCI sont autant de canaux permettant la bonne information des acteurs locaux. Un guide pourra éventuellement être réalisé à l'intention des commerçants.

La commune rappelle que le projet est mis en ligne sur son site Internet et qu'une version papier est également mise à disposition du public à l'Hôtel de Ville et dans les différentes mairies annexes. D'autres remarques peuvent être formulées via l'adresse mail dédiée ou sur les registres mis à disposition du public à l'Hôtel de Ville et dans les différentes mairies annexes jusqu'au 11 octobre 2019. Les remarques émises lors de la réunion et pendant toute la phase de concertation seront analysées par la commune pour éventuellement modifier le projet et dresser le bilan de la concertation.

### **2.3 Observations émises lors de la réunion publique**

Une réunion publique s'est tenue le jeudi 19 septembre 2019 à l'Hôtel de Ville de Fréjus, dans la salle des Mariages, de 18h30 à 20h00. Son objectif était de recueillir les observations de toute personne intéressée sur le projet.

Outre les modalités de publicité de cette réunion précisées ci-après, les représentants des quatre associations de commerçants de Fréjus, les représentants des zones d'activités, les présidents des conseils de quartier, les principales associations de protection de l'environnement et les représentants de la profession d'afficheur avaient été conviés par lettre recommandée avec avis de réception datée du 29 août 2019.

D'autres mesures de publicité ont été mises en œuvre pour inviter toutes les personnes intéressées par cette problématique :

- un avis dans le journal Var-Matin du 12 septembre 2019,
- un article dans le bulletin municipal « Fréjus Le Magazine n°48 » Septembre 2019 - page 26,
- un bandeau d'actualité sur le site internet de la ville,
- une publication sur le compte Facebook de la ville,
- une diffusion sur les panneaux d'information de la ville,
- la diffusion d'affiches auprès des commerçants.

Dans un premier temps, le projet de la commune est présenté aux personnes présentes sous la forme d'un support PowerPoint.

La seconde partie de la réunion est consacrée aux échanges avec le public, dont voici les remarques :

#### *Les professionnels de l'affichage*

Ils soulèvent une coquille dans la légende de la cartographie du plan de zonage applicable aux publicités et préenseignes.

Ils demandent à ce que la Ville prenne en compte les publicités apposées sur le mobilier urbain installé sur le territoire. L'abaissement à 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur, comme proposé dans le projet de RLP, implique la disparition d'environ 40% du parc de mobilier urbain. A ce titre, en ZP2, ils demandent que les formats entre les dispositifs publicitaires « classiques » (scellés au sol, installés directement sur le sol et apposés sur mur ou clôture) et les dispositifs publicitaires apposés sur le mobilier urbain soient harmonisés.

Ils proposent de ne pas assujettir le mobilier urbain aux demandes spécifiques de RAL. Ils précisent qu'une convention de mobilier urbain peut apporter une telle précision.

Ils demandent que certains axes, comme l'avenue de Lattre de Tassigny, soient rattachés à la ZP4 (la plus permissive). La ville répond que le choix réalisé pour cet axe tient en grande partie à la prise en compte de son développement urbain futur. En effet, par une récente délibération, la ville a acté la requalification et le réaménagement de ce quartier. La ville précise qu'une concertation est en cours concernant la future ZAC.

Ils souhaitent que la hauteur autorisée pour la publicité numérique apposée sur mobilier urbain soit relevée à plus de 3m. Le maintien de la limitation telle que prévue dans le projet proposé engendrerait la suppression de la moitié des dispositifs de ce type.

Ils proposent une plage d'extinction nocturne entre 1h et 6h notamment durant la période estivale.

Ils demandent à ce que le passage de l'unité urbaine à plus de 100 000 habitants soit pris en compte en autorisant notamment la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Ils souhaitent que la publicité numérique puisse être réalisée avec des images animées et non des images fixes. Les élus réitèrent leur volonté de ne pas avoir de vidéos sur ce type de publicité.

Ils proposent de traiter le domaine ferroviaire de manière distincte en matière de densité. En effet, celui-ci constitue une seule unité foncière.

Ils demandent si l'appellation de « bardage » (= tôle pliée ondulée) est le meilleur vocable à employer pour pouvoir disposer de supports bien intégrés à leur environnement (de leur point de vue les termes « face lisse et neutre » seraient plus appropriés).

#### *Les représentants des zones d'activités du Capitou et de la Palud*

Ils souhaitent avoir plus de visibilité sur les possibilités données aux commerçants pour se signaler dans ces 2 zones d'activités. Ils demandent également si les règles proposées s'appliquent aussi bien au domaine privé qu'au domaine public. Il est répondu, qu'aucune distinction n'est faite entre les 2 et que les règles s'appliquent qu'il s'agisse du domaine public ou privé. Par ailleurs, des outils de vulgarisation à l'intention des commerçants seraient utiles pour leur permettre d'assimiler la nouvelle réglementation.

Ils demandent si l'implantation des préenseignes est limitée à un périmètre précis aux abords des activités qu'elles signalent. Il est précisé que les préenseignes ne sont pas soumises à une limitation particulière. A ce titre, certaines préenseignes peuvent signaler des commerces situés sur les communes voisines de Fréjus et inversement.

Ils demandent pourquoi le RLP institue une différence de traitement entre la zone du Capitou et celle de la Palud en matière de publicité. Il est précisé que cette différence est imposée par la réglementation nationale. La zone du Capitou est située dans une agglomération de moins de 10 000 habitants alors que celle de la Palud compte plus de 10 000 habitants (elle est rattachée au centre de Fréjus et à l'agglomération principale). A ce titre, des règles différentes s'appliquent en matière de publicité. Ces dernières sont plus restrictives sur la zone du Capitou que sur la zone de la Palud. C'est notamment le cas en matière de dispositifs numériques. Les publicités numériques sont interdites sur la zone du Capitou mais autorisées dans la zone de la Palud. Cependant, les enseignes numériques sont bien autorisées sur les 2 zones d'activités.

Durant la réunion, il est également précisé que :

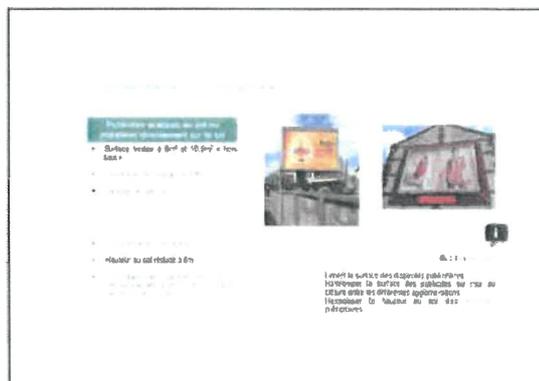
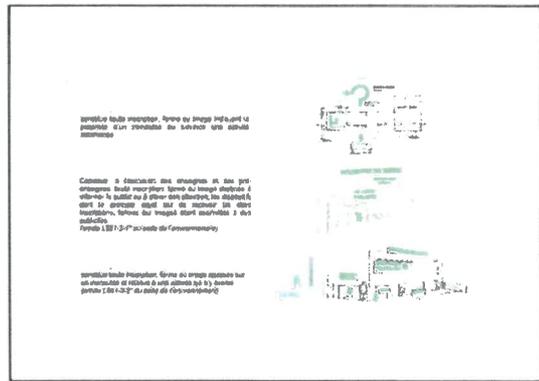
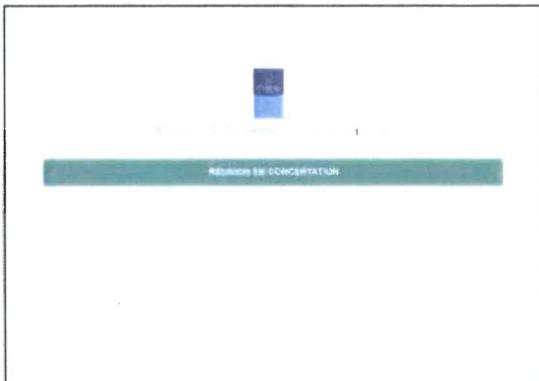
- Les règles de densité de la ZP2 et ZP4 ne permettent pas l'installation de plus de 2 dispositifs publicitaires par unité foncière, si cette dernière dispose d'un linéaire supérieur à 150m.
- La Signalisation d'Information Locale (SIL) relève du Code de la route et n'est donc pas impactée par le RLP ou par la réglementation nationale sur la publicité extérieure.
- Les remarques et observations émises durant la réunion seront consignées dans un compte-rendu qui figurera au bilan de la concertation. Ces observations et remarques permettront à la collectivité d'ajuster son projet si besoin.
- Le projet est mis en ligne sur le site Internet de la ville. Une version papier est également mise à disposition du public à l'Hôtel de Ville et dans les différentes mairies annexes aux heures et jours d'ouverture au public.
- Le planning prévisionnel du projet : l'arrêt du projet est prévu pour la fin novembre 2019 et son approbation pour le début de l'été 2020.
- Toute demande d'installation, modification ou suppression de publicité, enseignes ou préenseignes est soumise à la commune via une déclaration ou une autorisation préalable. C'est la commune qui instruit le projet et vérifie sa conformité au regard des règles locales et nationales.

- Les délais de mise en conformité des dispositifs qui seraient en infraction avec la nouvelle réglementation locale sont les suivants :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Sans délai (du fait de la réforme de juillet 2015).	Délai de 2 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Sans délai (du fait de la réforme de juillet 2018).	Délai de 6 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

La commune rappelle que le projet est mis en ligne sur son site Internet et qu'une version papier est également mise à disposition du public à l'Hôtel de Ville et dans les différentes mairies annexes. D'autres remarques peuvent être formulées via l'adresse mail dédiée ou sur les registres mis à disposition du public à l'Hôtel de Ville et dans les différentes mairies annexes jusqu'au 11 octobre 2019. Les remarques émises lors de la réunion et pendant toute la phase de concertation seront analysées par la commune pour éventuellement modifier le projet et dresser le bilan de la concertation.

**Extraits du PowerPoint présenté lors des deux réunions**



### 3 BILAN DE LA CONCERTATION

Conformément aux articles L.103-2 à L.103.6 du code de l'urbanisme et à la délibération n°1513 du conseil municipal du 25 septembre 2018, la Ville de Fréjus a organisé la concertation pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP.

Les moyens mis en œuvre, aussi bien pour informer que pour encourager une large participation, ont permis aux habitants, professionnels et autres personnes intéressées de comprendre les enjeux, de s'informer régulièrement de l'avancée du projet et de formuler, le cas échéant, des observations et/ou propositions.

La méthodologie retenue a permis de garantir une totale transparence durant la phase de révision du projet.

Les registres et dossiers mis à la disposition du public dans les différentes mairies ainsi que les informations mises en ligne sur le site de la ville ont facilité l'accès à toutes les informations utiles que le public est en droit d'attendre pour ce type de projet.

L'implication des acteurs locaux, professionnels, représentants du monde économique et de la profession d'afficheur lors des réunions organisées par la ville ont permis de recueillir des informations et propositions qui, pour certaines, ont été prises en compte et intégrées au projet sans toutefois s'éloigner des objectifs assignés au futur RLP. On notera notamment :

- La modification de l'article 4 de la partie réglementaire du RLP afin d'exempter la publicité apposée sur mobilier urbain des contraintes liées au RAL de couleurs imposées par le RLP. Cette modification permet de tenir compte des contraintes des professionnels de l'affichage émises lors de la réunion publique et par la société JC Decaux dans sa contribution,
- La modification de la plage d'extinction nocturne applicable aux publicités, enseignes et préenseignes en adaptant cette plage à la période estivale et aux services rendus par le mobilier urbain dans un souci d'intérêt général. Cette modification permet de tenir compte des contraintes des professionnels de l'affichage émises lors de la réunion publique et par l'UPE dans sa contribution,
- L'ajout d'une règle spécifique dédiée au domaine ferroviaire dans la partie réglementaire du RLP permettant de maintenir l'état actuel du territoire et de tenir compte des demandes des professionnels de l'affichage émises lors de la réunion publique et par l'UPE dans sa contribution,
- La précision, dans le rapport de présentation, quant à l'application du RLP lorsque certains espaces seront couverts par plusieurs zones de publicités, conformément à la demande émise par M. Hérac,
- La précision, dans la partie réglementaire du RLP, de l'interdiction d'avoir de la publicité numérique apposée sur le mobilier urbain afin de tenir compte de la demande de Paysages de France, notamment dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR), zone de publicité n°1,
- La précision, dans la partie réglementaire du RLP, des surfaces maximales autorisées en matière de mobilier urbain en distinguant la surface d'affiche et la surface « hors tout » (affiche et encadrement) et l'harmonisation des surfaces de ces dispositifs sur le territoire, conformément à la demande de JC Decaux,
- La précision, dans la partie réglementaire du RLP, des règles applicables aux publicités apposées sur murs ou clôtures relevant en partie de la réglementation nationale, conformément à la demande de clarification de l'UPE,
- L'amélioration des documents graphiques définissant le zonage, afin de distinguer les agglomérations de moins de 10 000 habitants et l'agglomération de plus de 10 000 habitants et ce, afin de faciliter la lecture du document, conformément à la proposition émise par la Ville de Fréjus dans le cadre de la réunion de concertation dédiée aux Personnes Publiques Associées du 19 septembre 2019. L'ajustement de la légende du zonage est également pris en compte, suite à une remarque des professionnels de l'affichage lors de la réunion publique de concertation du 19 septembre 2019 et à la contribution de M. Hérac. Le zonage du rapport de présentation et des annexes a été donc ajusté dans ce sens.

Ainsi, il convient de dresser un bilan positif de la concertation.

# ANNEXES

**DELIBERATION N°1513 DU CONSEIL MUNICIPAL DU 25 SEPTEMBRE 2018  
PORTANT PRESCRIPTION DE L'ELABORATION DU RLP DE FREJUS**

**LISTE DES AUTORITES/PERSONNALITES NOTIFIEES**

Préfet du Var
Président du Conseil Régional
Président du Conseil Départemental
Président de la Communauté d'Agglomération Var Estérel Méditerranée
Président de la Communauté de Communes du Pays de Fayence
Président de la CCI du Var
Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat Délégation du Var
Président de la Chambre d'Agriculture du Var
Président du Syndicat Mixte SCoT'Ouest Alpes-Maritimes
Unité Départementale de l'architecture et du patrimoine du Var
Conseil Départemental du Var - D.G.R.T.F.A.M. Pôle Technique Fayence Estérel / SAM
DDTM du Var
Comité Régional de Conchyliculture de Méditerranée
Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO)
Centre Régional de la Propriété Forestière Provence-Alpes-Côte d'Azur
Commission Départementale de la Préservation des Espaces Naturels, Agricoles et Forestiers (CDPENAF)
Mairie de Roquebrune sur Argens
Mairie de Puget sur Argens
Mairie de Bagnols en Forêt
Mairie de Les Adrets de l'Estérel
Mairie de Saint-Raphaël
Mairie de Mandelieu La Napoule
Mairie de Tanneron
SIVOM Les Adrets / Fréjus
Syndicat Mixte de l'Argens
Syndicat de l'Eau du Var-Est
Syndicat Intercommunal pour la Protection du Massif de l'Estérel

Syndicat Mixte du Développement Durable de l'Est Var (SMIDDEV)
Syndicat des Communes du Littoral Varois
Les Amis de la Corniche Varoise (LACOVAR)
Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO)
Union Départementale pour la Sauvegarde de la Vie, la Nature et l'Environnement (UDVN 83)
Association Varoise pour la Sauvegarde de l'Agriculture, de la Nature et de l'Environnement (AVSANE)
Fédération Départementale des Chasseurs du Var
Fédération du Var pour la Pêche et la Protection du Milieu Aquatique
Avenir Ecologie 83
Association GEO2
Groupe Interdisciplinaire de Réflexion sur les traversées sud alpines et l'aménagement du territoire Maralpin (GIR MARALPIN)
Association Interdépartementale pour la Protection du Lac de Sainte-Croix et son Environnement
Association pour la Défense et la Promotion de Valescure
Association Protection et Développement du Patrimoine Maritime Seynois et du Var (Environnement Méditerranée)
Avenir du Véhicule Electrique Méditerranéen (AVEM)
Centre Permanent d'Initiation à l'Environnement Alpes Provence
Comité Aygulfois de Défense des Intérêts et de l'Environnement
Conservatoire d'Espaces Naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur
CYPRES Centre d'informations pour la prévention des risques majeurs
Environnement-Industrie
Confédération Environnement Méditerranée
Fédération d'Action Régionale sur l'Environnement (FARE SUD)
Mouvement d'Actions pour la Rade de Toulon et le Littoral Varois
Groupement Départemental d'Associations d'Intérêts de Quartiers
VOLUBILIS Réseau euro-méditerranéen pour la ville et les paysages
Association de Valescure Fréjus / Saint-Raphaël
Terre de Vie et Nature

Association pour le Développement de l'Education à l'Environnement (ADEE)
Association Fréjus Nord-Ouest (AFNO)
Association pour la Qualité de la Vie à la Tour de Mare (AQVTDM)
Comité d'Ecoute, d'Etude et de Rénovation de Fréjus (CEERF)
Comité de Défense des Intérêts de Fréjus-Plage
Toulon Var Déplacements
SA HLM ERILIA
SA HLM Le Logis Familial Varois
OPH Var Habitat
Groupe UNICIL
Fédération Nationale de la Publicité
Espaces Conseils
Clear Channel France
JC Decaux
AD Event
Urban Outdoor Média
Pisoni Publicité
Mediazur
Orca Vision Full H P
Sirius Réalisations
Medialine
Exterion Media France
Union de la Publicité Extérieure

**LISTE DES PERSONNALITES CONVIEES A LA REUNION PUBLIQUE  
ORGANISEE LE 19 SEPTEMBRE 2019**

<b>Préfet du Var</b>
<b>Président du Conseil Régional</b>
<b>Président du Conseil Départemental</b>
<b>Président de la Communauté d'Agglomération Var Estérel Méditerranée</b>
<b>Mairie de Roquebrune sur Argens</b>
<b>Mairie de Puget sur Argens</b>
<b>Mairie de Bagnols en Forêt</b>
<b>Mairie de Les Adrets de l'Estérel</b>
<b>Mairie de Saint-Raphaël</b>
<b>Mairie de Mandelieu La Napoule</b>
<b>Mairie de Tanneron</b>
<b>Comité Régional de Conchyliculture de Méditerranée</b>
<b>Président de la Chambre d'Agriculture du Var</b>
<b>Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat Délégation du Var</b>
<b>Président de la CCI du Var</b>
<b>Terre de Vie et Nature</b>
<b>Association pour le Développement de l'Education à l'Environnement (ADEE)</b>
<b>Paysages de France</b>
<b>Les Amis de la Corniche Varoise (LACOVAR)</b>
<b>Union Départementale pour la Sauvegarde de la Vie, la Nature et l'Environnement (UDVN 83)</b>
<b>Avenir Ecologie 83</b>
<b>Conservatoire d'Espaces Naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur</b>
<b>Union de la Publicité Extérieure</b>
<b>Société Insert</b>
<b>Société MPE-Avenir</b>

Fédération Nationale de la Publicité
Espaces Conseils
Clear Channel France
JC Decaux
AD Event
Urban Outdoor Média
Pisoni Publicité
Mediazur
Orca Vision Full H P
Sirius Réalisations
Medialine
Exterion Media France
Association Capitou Industrie
Association La Palud - Lou Gabian Avenir
Conseil de quartier de Saint-Aygulf
Conseil de quartier de Caïs-Capitou
Conseil de quartier de la Tour de Mare
Conseil de quartier de Gallieni-Valescure-La Magdeleine
Conseil de quartier de Villeneuve
Conseil de quartier de l'Estérel
Conseil de quartier de l'Agachon
Conseil de quartier de la Gabelle
Conseil de quartier de Port-Fréjus
Les Vitrines de Fréjus - "Fréjus of course"
Association des commerçants de Port-Fréjus "Ô Commerces"

**Union des Commerçants de Saint-Aygulf**

**Association des Commerçants de Fréjus-Plage**

PROJET – VERSION AU 18/11/2019

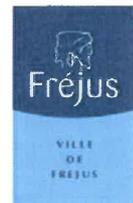
Département du Var

Commune de Fréjus

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Version arrêtée



# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Sommaire

Introduction .....	4
<b>I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>7</b>
1. La notion d'agglomération .....	7
2. La notion d'unité urbaine .....	10
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	11
a) Les interdictions absolues.....	11
b) Les interdictions relatives.....	16
4. Les règles applicables au territoire .....	18
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes .....	18
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .....	34
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes.....	35
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires.....	42
e) La réglementation locale .....	44
5. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	49
a) L'autorisation préalable .....	49
b) La déclaration préalable.....	49
6. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	50
7. Les compétences en matière de publicité extérieure .....	51
<b>II. Diagnostic du parc d'affichage .....</b>	<b>52</b>
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes .....	52
2. Les caractéristiques des enseignes .....	69
<b>III. Problématiques en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>82</b>
<b>IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure .....</b>	<b>86</b>
1. Les objectifs.....	86
2. Les orientations.....	87

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

V. Justification des choix retenus .....	88
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes.....	88
2. Les choix retenus en matière d'enseignes .....	94

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

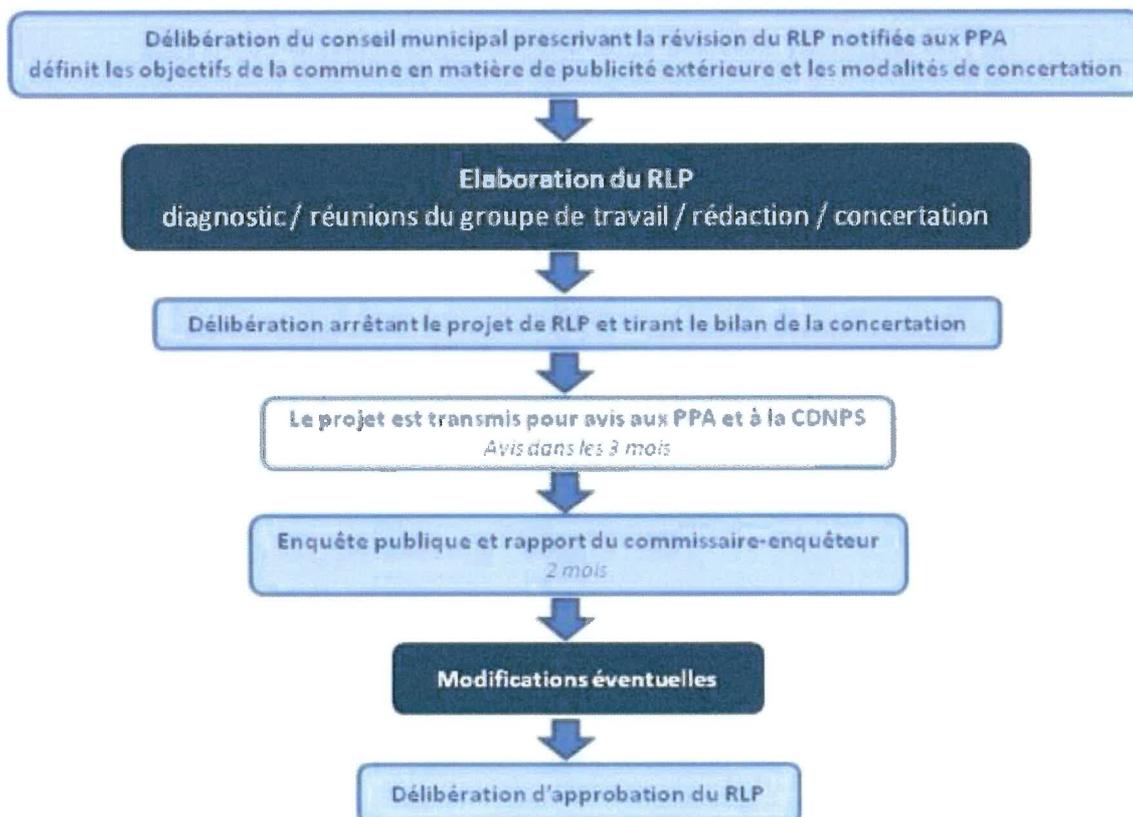
## Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression<sup>1</sup> et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions notamment financières ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

<sup>1</sup> L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

La loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre 1er du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

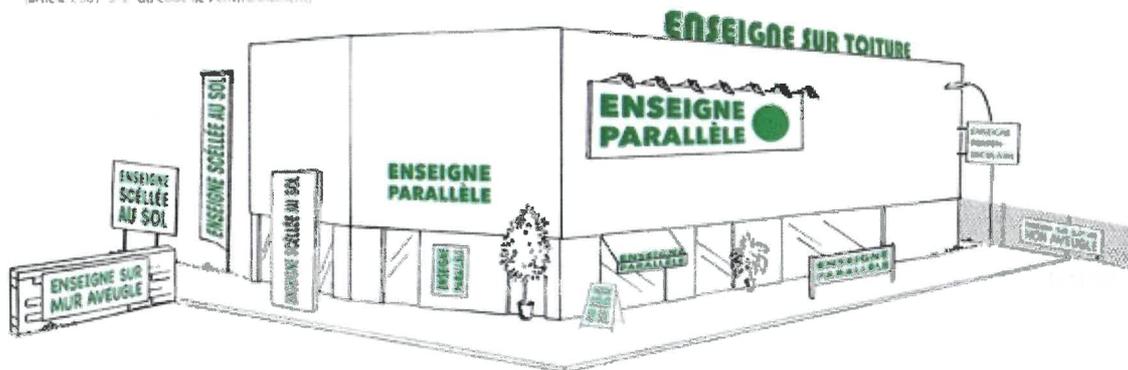
Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

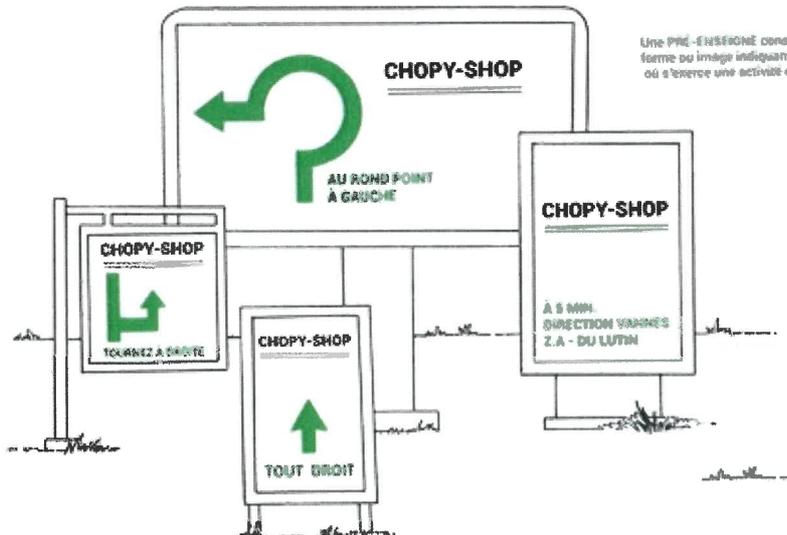
Une **PUBLICITÉ** constitue, à l'exclusion des inscriptions et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs décrits le principal objet est de réserver les dites inscriptions, formes ou images étant destinées à des publicités.  
(article L.581-1-1 du code de l'environnement)



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.  
(article L.581-3-2 du code de l'environnement)



Une **PRÉ-ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

La commune du Fréjus est située dans le département du Var dans la région Provence-Alpes-Côte-D'azur (PACA). Elle compte 53 168 habitants<sup>2</sup>.

La commune fait également partie de la Communauté d'Agglomération Var Estérel Méditerranée (CAVEM), qui regroupe les communes de :

- Les Adrets de l'Estérel ;
- Fréjus
- Puget-sur-Argens ;
- Roquebrune-sur-Argens ;
- Saint-Raphaël.

La CAVEM compte plus de 113 022 habitants<sup>3</sup>.

### 1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, une agglomération est 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.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite<sup>4</sup>. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité<sup>5</sup>, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

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

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.

---

<sup>2</sup> Données démographiques issues du recensement 2016 de l'INSEE

<sup>3</sup> Idem

<sup>4</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

<sup>5</sup> Article L581-19 du code de l'environnement

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

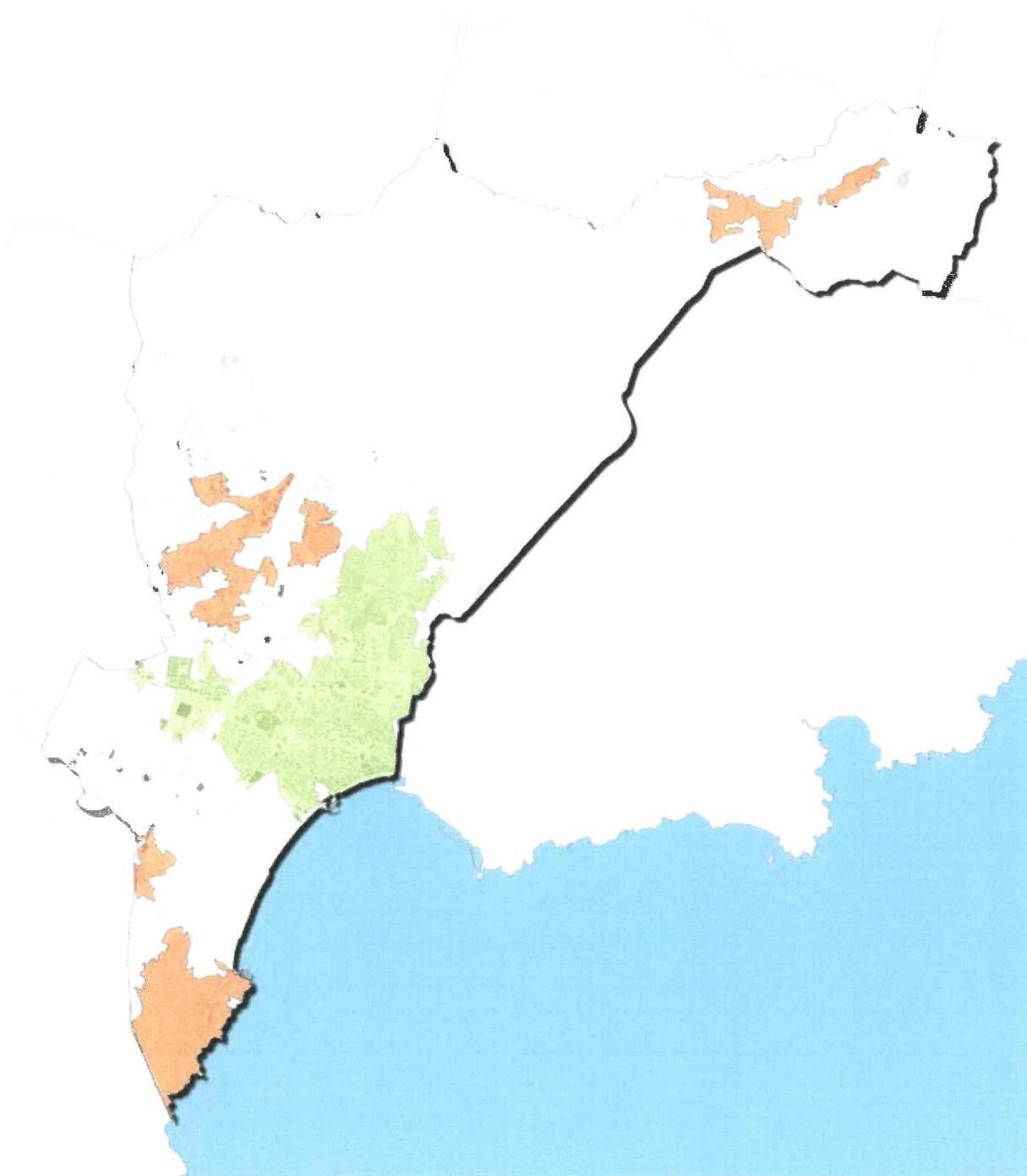
Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur un territoire peuvent varier en fonction du nombre d'habitants des différentes agglomérations et de l'appartenance, ou non, à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. En l'espèce, la commune de Fréjus compte 7 agglomérations distinctes :

- L'agglomération principale, située entre la bande côtière et la commune de Saint-Raphaël ;
- Les deux agglomérations de Saint-Aygulf ;
- L'agglomération située entre la D4 et l'autoroute A8 ;
- L'agglomération située aux abords de la D37 ;
- Les deux agglomérations situées sur les hauteurs de Fréjus, aux abords de la D237.

Seule l'agglomération principale compte plus de 10000 habitants. Les agglomérations secondaires comptent moins de 10 000 habitants sans appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. A ce titre, lorsque le RLP ne pose pas de règles spécifiques, c'est le régime national qui s'applique sur le territoire communal, en tenant compte des caractéristiques des différentes agglomérations.

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Zones d'agglomération de la commune de Fréjus



### Légende

Zones d'agglomération

- Agglomération de plus de 10 000 habitants
- Agglomération de moins de 10 000 habitants



0 2.5 5 km

Source :  
Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab - Commune  
de Fréjus

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## 2. La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune de Fréjus forme l'unité urbaine éponyme avec les communes voisines de Puget-sur-Argens et Saint-Raphaël. Cette unité urbaine compte 96 229habitants<sup>6</sup>.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes<sup>7</sup> entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

---

<sup>6</sup> Données démographiques issues du recensement 2016 de l'INSEE

<sup>7</sup> il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### 3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

#### a) Les interdictions absolues<sup>8</sup>

Les interdictions absolues de publicité posées par le code de l'environnement ne peuvent être levées, même par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP).

Ces interdictions absolues de publicité s'appliquent sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques. Pour la commune de Fréjus, elle concerne 28 édifices, dont la majorité est située dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) de l'Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du le Patrimoine (AVAP) de Fréjus :

Communes	Type de protection Monuments historiques	Type de protection	Date de protection
FREJUS	Amphithéâtre	Classé	Depuis 1840
	Aqueduc antique	Classé	12 juillet 1886
	Cathédrale Saint-Léonce (ancienne)	Classée	Depuis 1862
	Chapelle Notre-Dame de Jérusalem	Inscrite	20 janvier 1989
	Chapelle Saint-Lambert (ancienne)	Inscrite	6 octobre 1982
	Château Aurélien	Inscrit	16 novembre 1989
	Citadelle	Classée	12 juillet 1886
	Colonnes romaines	Inscrites	16 avril 1969
	Chapelle Saint-Félix	Inscrite	21 septembre 1961
	Chapelle Saint-François de Paule	Classée	30 juillet 1987
	Enceinte urbaine romaine	Classée	12 juillet 1886
	Evêché (ancien)	Classé	6 avril 1908
	Hôtel des Quatre Saisons	Inscrit	28 septembre 1995
	Hôtel rue Siéyès	Inscrit	27 janvier 1926
	Maison (ancienne) dite Maison Maria	Inscrite	18 juin 1987
	Mausolée de la Tourrache	Inscrit	20 novembre 1995
	Mosquée de Missiri	Inscrite	18 juin 1987
	Muraille romaine percée de niches	Classée	13 août 1921
	Pont des Esclapes (ancien)	Classé	14 mars 1939
	Port romain	Classé / Inscrit	Classement depuis le 12 juillet 1886 Inscription depuis le 16 septembre 1996
Site archéologique de la ferme Perroud	Inscrit	5 septembre 1996	

<sup>8</sup> Article L581-4 du code de l'environnement

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

	Site archéologique de la Rose des Sables	Inscrit	15 mai 1996
	Site archéologique des thermes de la Porte d'Orée	Classé	12 juillet 1886
	Site archéologique des thermes de Villeneuve	Inscrit / Classé	Inscription le 16 septembre 1996 Classement le 12 juillet 1886
	Site archéologique du Clos de la Tour	Classé	10 décembre 1981 / 25 juin 1958
	Site archéologique du Moulin à Vent	Inscrit	5 avril 1943
	Site archéologique du Reydisart	Inscrit	29 décembre 1992
	Théâtre romain	Classé	Depuis le 10 janvier 1912
<b>TOTAL des Monuments historiques classés ou inscrits</b>	28 <sup>9</sup>		

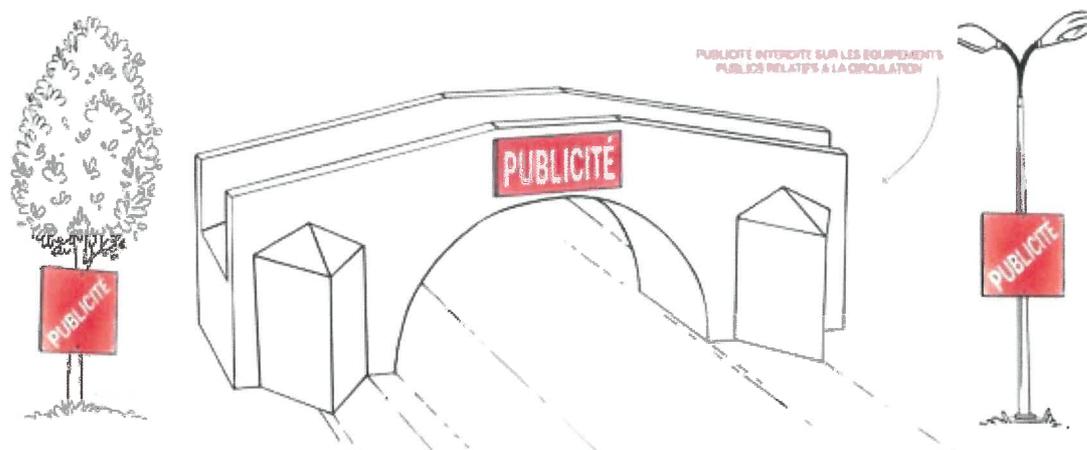
L'interdiction absolue de publicité s'applique sur les arbres et dans le site classé du Massif de l'Esterel Oriental, classé en 1996.

<sup>9</sup> Source : DRAC PACA : <http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Provence-Alpes-Cote-d-Azur/Politique-et-actions-culturelles/Conservation-regionale-des-monuments-historiques/Edifices-protoges-au-titre-des-monuments-historiques/Monuments-historiques-du-Var>

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

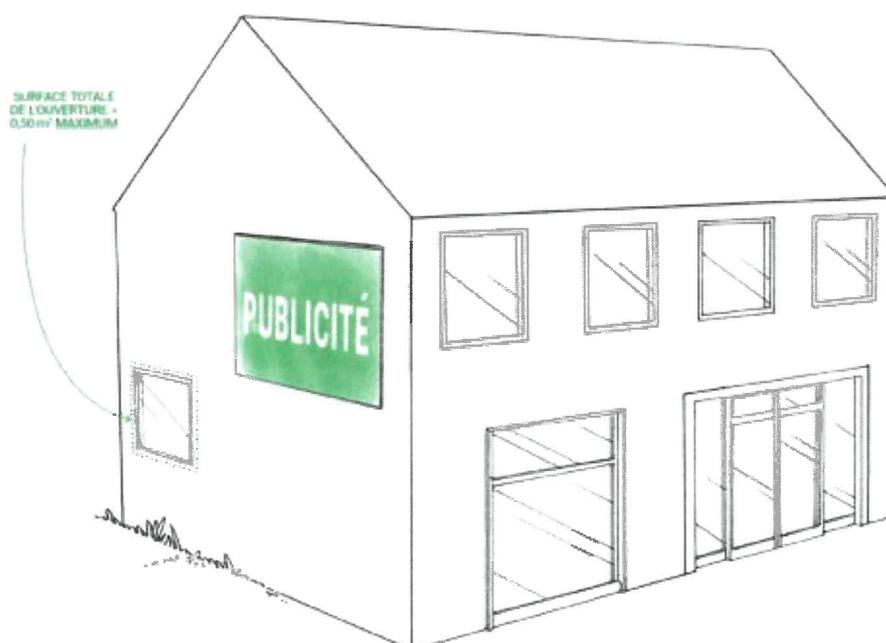
La publicité est également interdite :

1° 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 ;



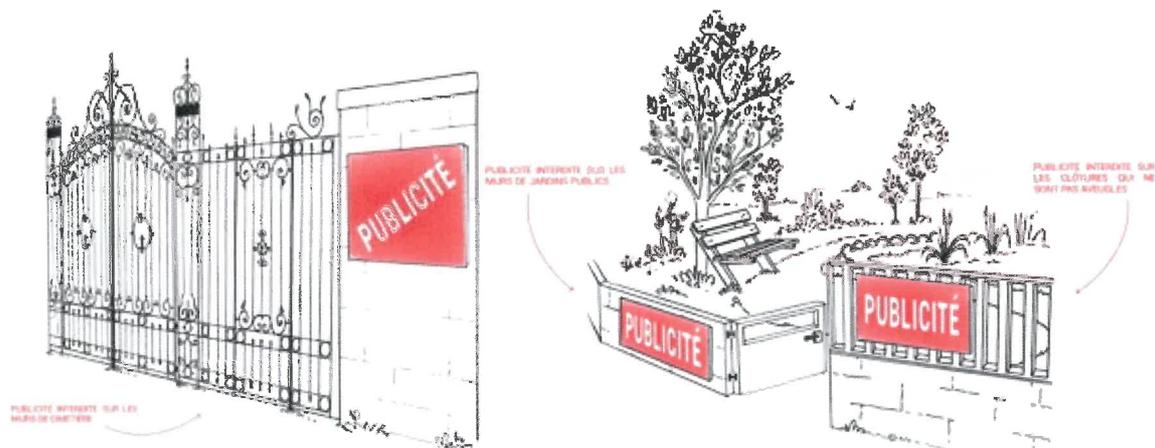
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;



## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

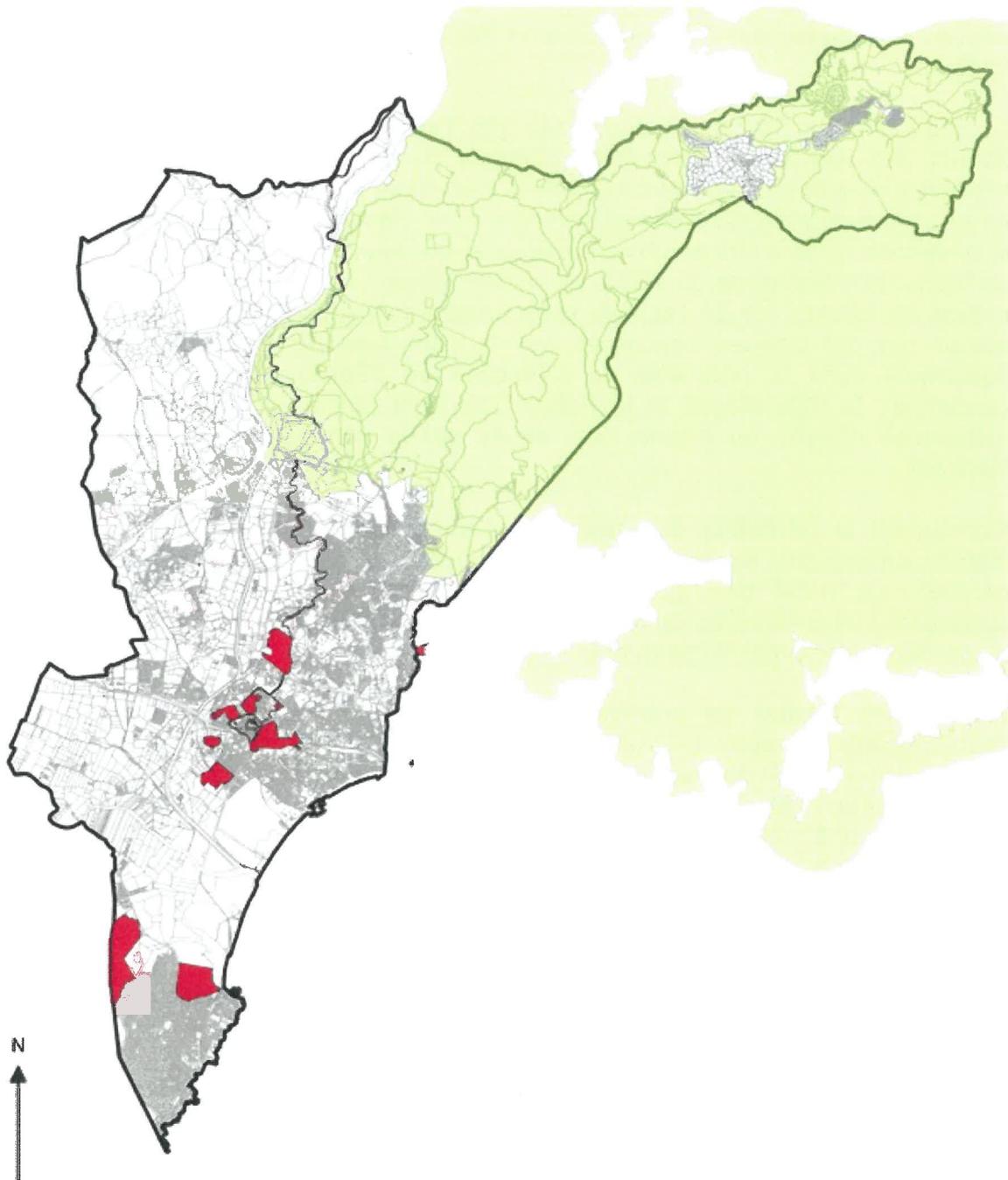
4° Sur les murs de cimetière et de jardin public<sup>10</sup>.



<sup>10</sup> Article R581-22 du code de l'environnement

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Interdictions absolues de publicité applicables sur la ville de Fréjus



### Légende

- Monuments historiques classés ou inscrits
- Site Classé du Massif de l'Esterel Oriental

0 1 2 km

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### b) Les interdictions relatives<sup>11</sup>

Contrairement aux interdictions absolues de publicités, les interdictions relatives peuvent être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

La commune de Fréjus est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de 500 mètres de celui-ci.*<sup>12</sup> » En l'espèce cette protection s'applique au périmètre délimité autour des 28 édifices concernés par la commune de Fréjus. Elle s'applique également dans le périmètre de protection de l'Église paroissiale Saint-Pierre (ancienne), la Villa Magali et le Palais Épiscopal (ancien). Tous ces monuments historiques classés ou inscrits sont situés sur la commune limitrophe de Saint-Raphaël.

Concernant le périmètre de protection aux abords des monuments classés ou inscrits, on note une exception pour les monuments classés ou inscrits situés dans le périmètre de l'AVAP de Fréjus. En effet, « *la protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés situés dans le périmètre d'une Site Patrimonial Remarquable*<sup>13</sup> ».

L'interdiction relative de publicité s'applique aussi dans les sites patrimoniaux remarquables, à savoir l'AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine). L'AVAP de Fréjus est décomposée en 5 zones :

- Secteur 1 : Noyau historique ;
- Secteur 2 : Quartiers périphériques ;
- Secteur 3 : Sensibilités Patrimoniales ;
- Secteur 4 : Cônes de visibilité / Perceptions lointaines ;
- Secteur 5 : Saint-Aygulf.

L'interdiction relative de publicité concerne les sites Natura 2000 suivants :

- Le site Natura 2000 « Le plan et le massif des Maures » ;
- Le site Natura 2000 « L'embouchure de l'Argens » ;
- Le site Natura 2000 « Le Val d'Argens » ;
- Le site Natura 2000 « L'Esterel ».

Enfin, l'interdiction relative de publicité concerne les sites inscrits listés ci-dessous :

- « *Parties de la colline de Pauvadour* », inscrit le 15 janvier 1940 ;
- « *Ensemble formé par le domaine dit "Château Aurélien" et ses abords* », inscrit depuis le 20 mai 1964.

---

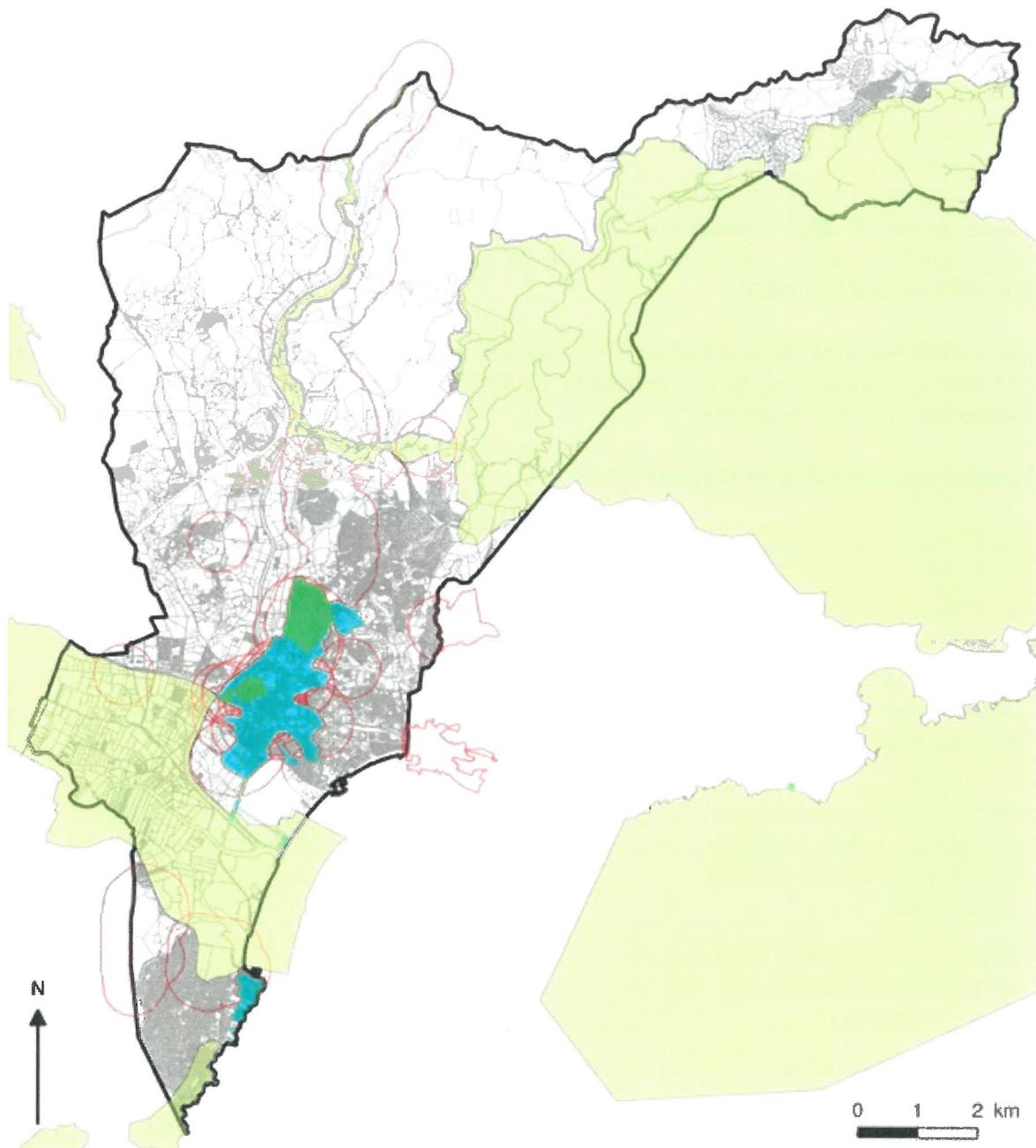
<sup>11</sup> Article L581-8 du code de l'environnement

<sup>12</sup> Article L.621-30 du code du patrimoine

<sup>13</sup> Idem

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Interdictions relatives de publicité applicables sur la ville de Fréjus



### Légende

- Sites Natura 2000
- Périmètres de protection aux abords des monuments historiques classés ou inscrits
- Monuments historiques classés ou inscrits
- AVAP de Fréjus
- Sites inscrits

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## 4. Les règles applicables au territoire

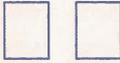
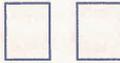
Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants concernant l'agglomération principale et de moins de 10 000 habitants concernant les agglomérations secondaires.

### a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

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.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent<sup>14</sup>.

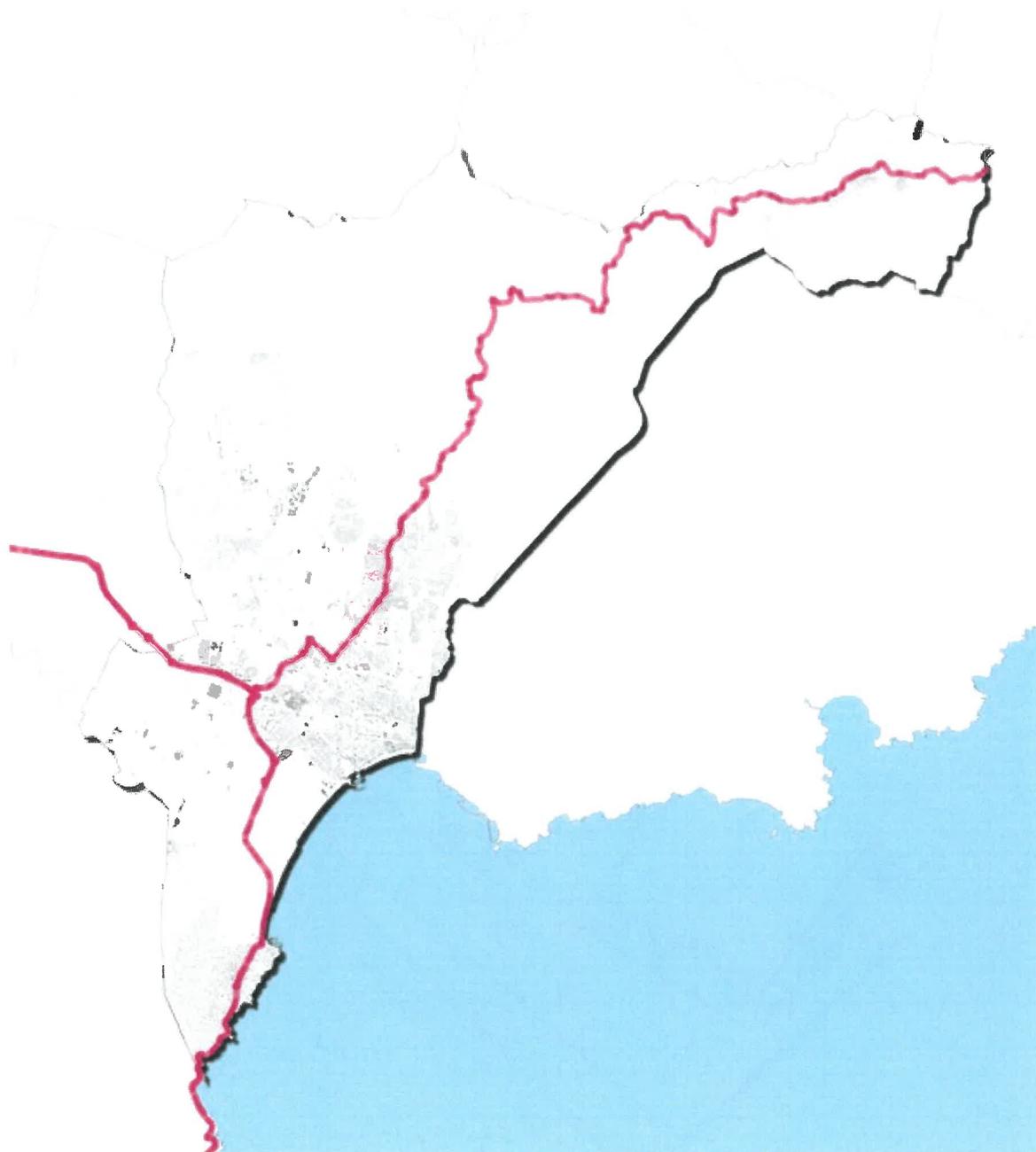
#### Format des publicités et préenseignes

	Agglomérations secondaires	Agglomération principale
Publicité (ou préenseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface $\leq$ 4 m <sup>2</sup> hauteur $\leq$ 6 m (sauf en bordure de routes à grande circulation – voir carte suivante)	surface $\leq$ 12 m <sup>2</sup> hauteur $\leq$ 7,5 m
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse		surface $\leq$ 12 m <sup>2</sup> hauteur $\leq$ 6 m
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles		autorisées
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface $\leq$ 4 m <sup>2</sup> hauteur $\leq$ 6 m extinction en 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse extinction entre 1h et 6h
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence notamment numérique		surface $\leq$ 8 m <sup>2</sup> hauteur $\leq$ 6 m extinction entre 1h et 6h

<sup>14</sup> Article R581-24 du code de l'environnement

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Routes à grande circulation traversant la commune de Fréjus



### Légende

— Routes à grande circulation

Décret n° 2010-578 du 31 mai 2010  
modifiant le décret n° 2009-815 du 3 juin  
2009 fixant la liste des routes à grande  
circulation



Source :  
Route à grande circulation : DDTM du Var - data.gov.fr  
Parcellaire bâti et commune : PCI - Etalab - Commune  
de Fréjus

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>15</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

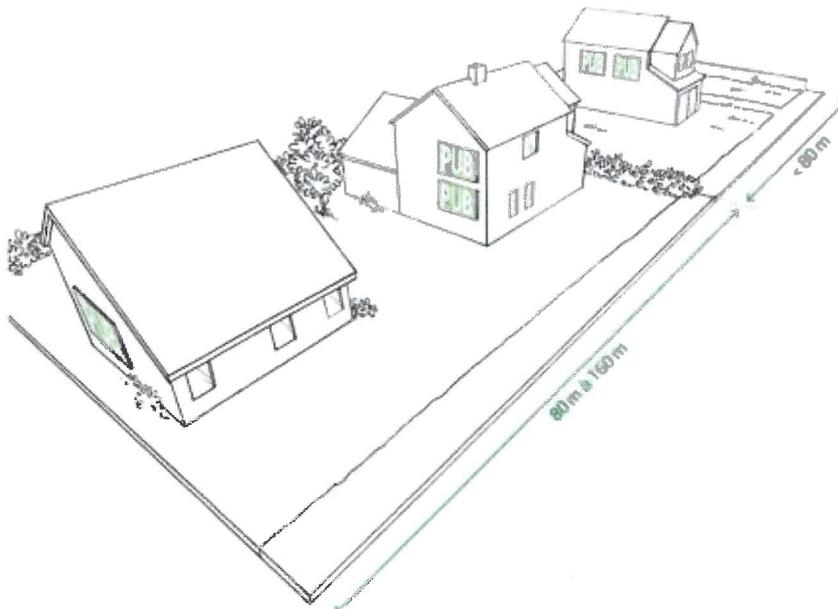
I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaires.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.



<sup>15</sup> Article R581-25 du code de l'environnement

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019



II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaires, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

### Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

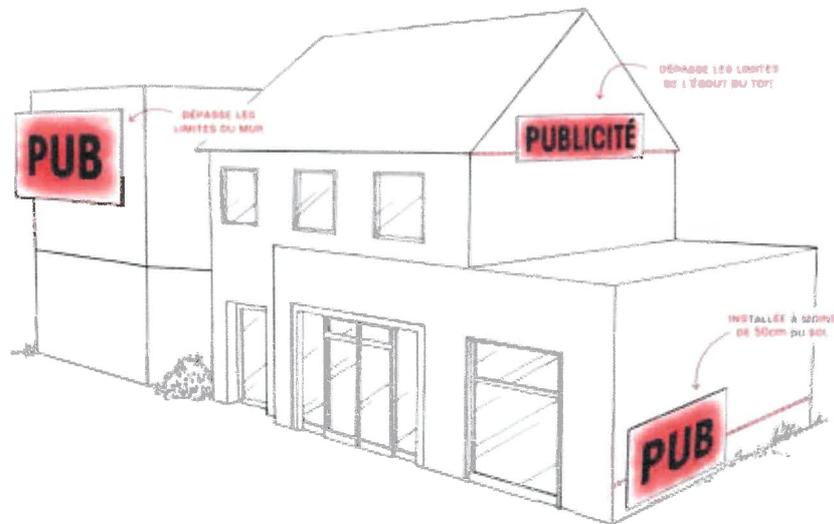
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5 \text{ m}$

### Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

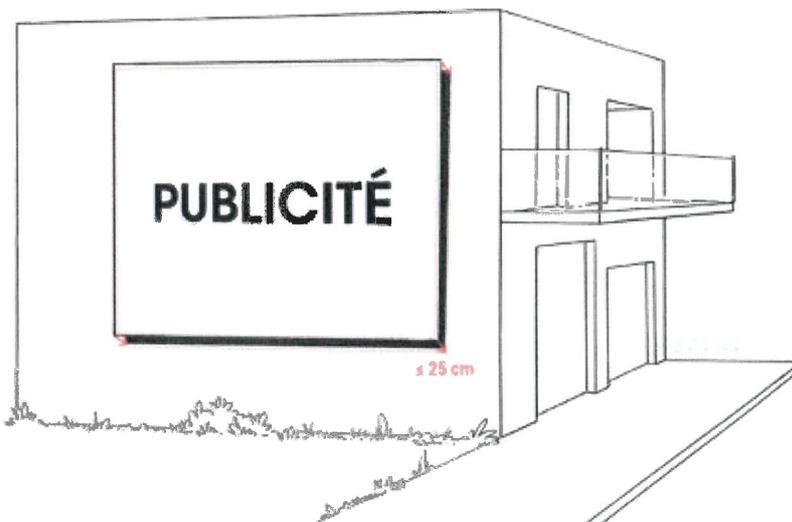
La publicité non lumineuse ne peut :

- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux (autorisés uniquement dans l'agglomération principale de Fréjus)

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

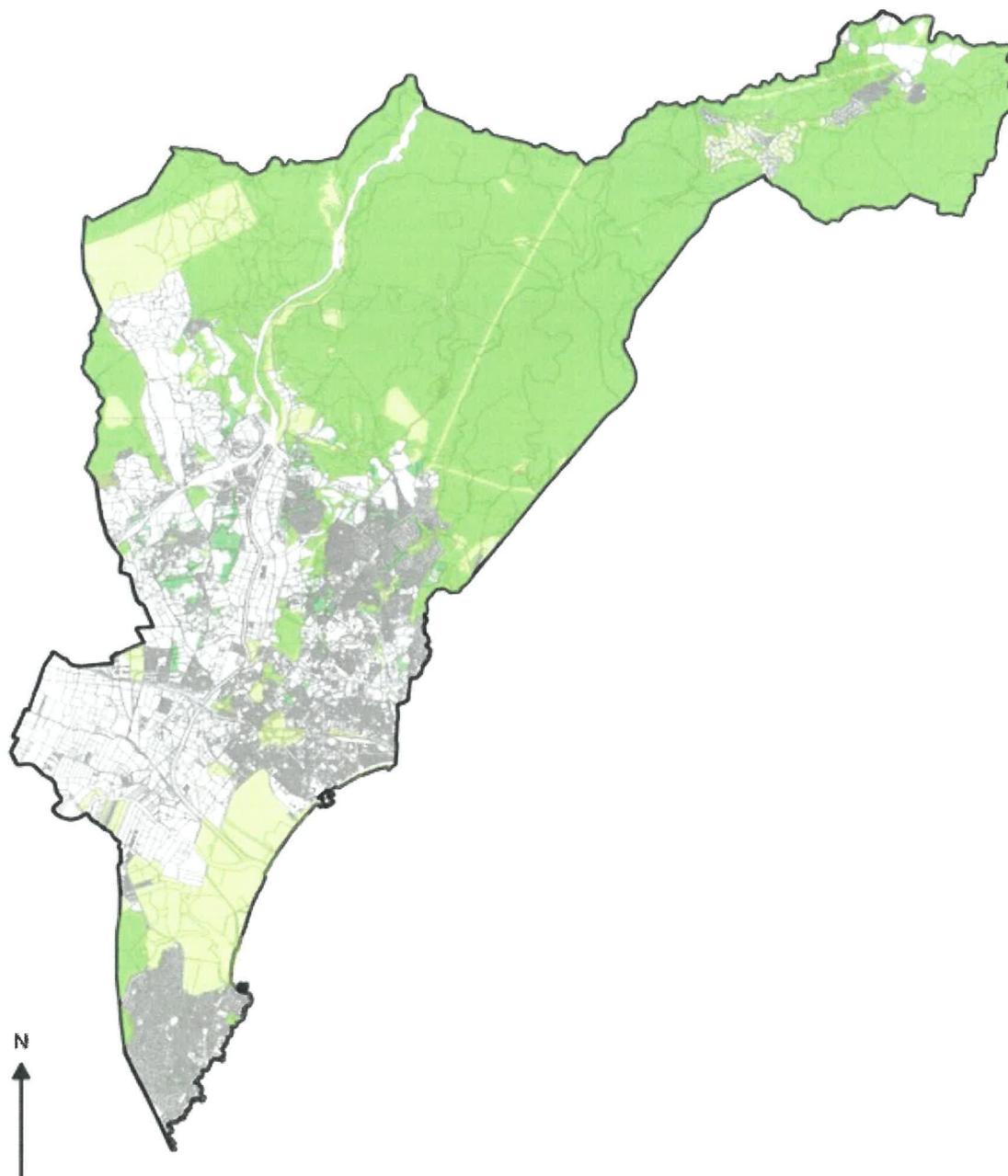
1° Dans les espaces boisés classés<sup>16</sup>,

<sup>16</sup> Article L130-1 du code de l'urbanisme

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

2° Dans 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 ou sur un plan d'occupation des sols.

### Localisation des zones N (PLU) et des Espaces Boisés Classés (EBC) sur la ville de Fréjus



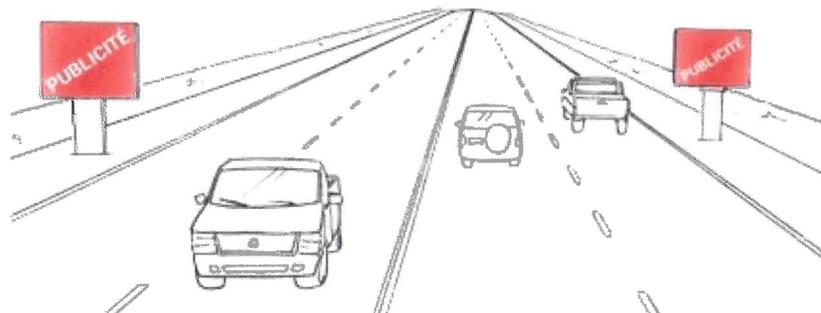
#### Légende

- Zone N au titre du PLU
- Espaces Boisés Classés (EBC)

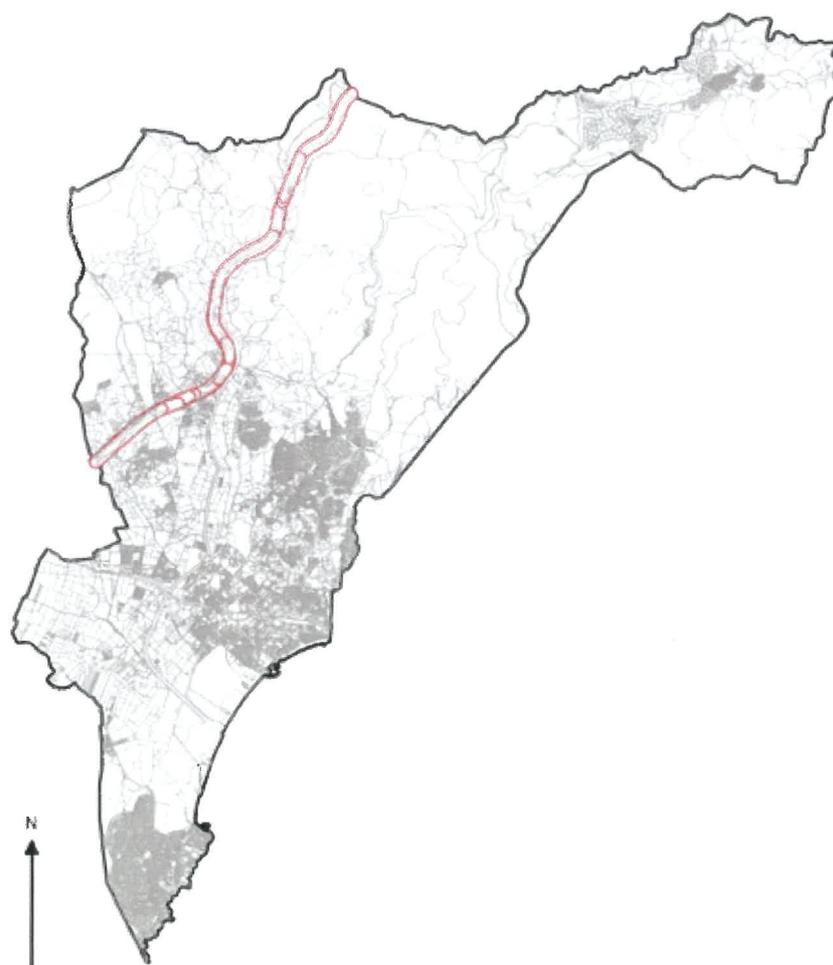
0 1 2 km

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



Interdictions des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol visibles d'une autoroute - Commune de Fréjus

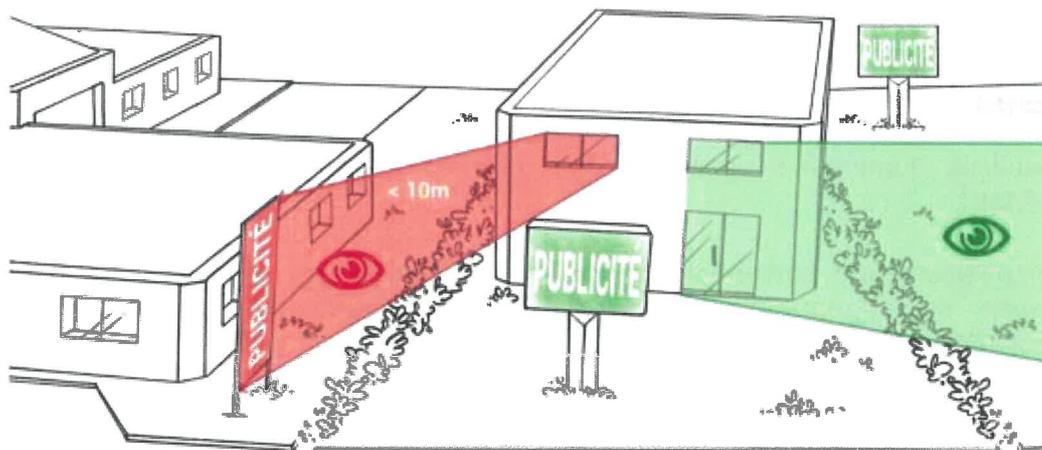


Légende  
Autoroute A87

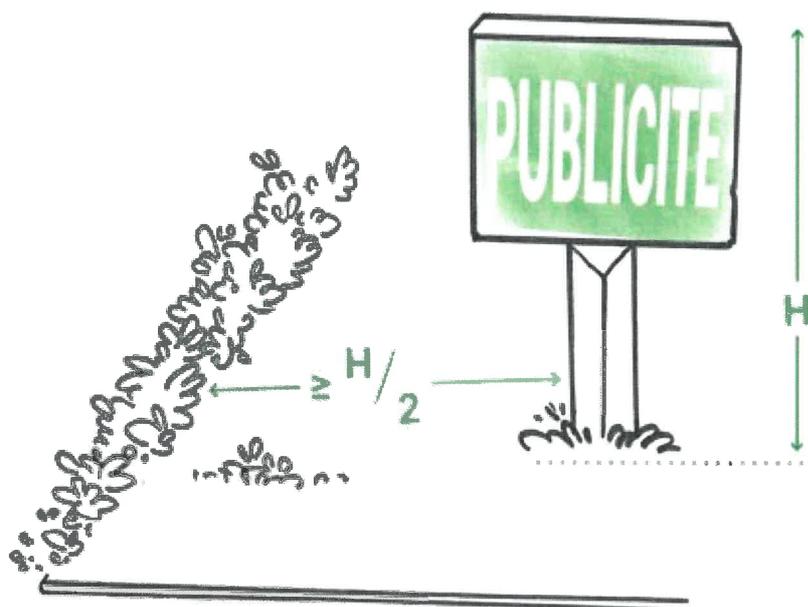
0 1 2 km

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain (uniquement dans l'agglomération principale de Fréjus), à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>17</sup>.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.

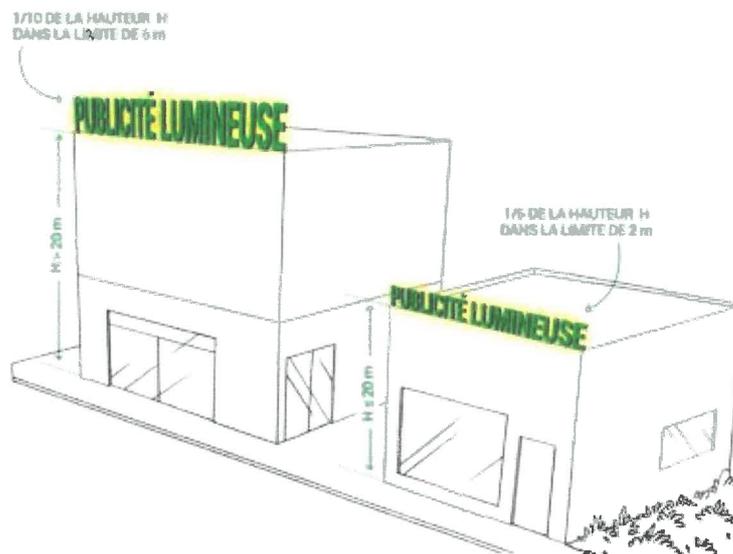


<sup>17</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

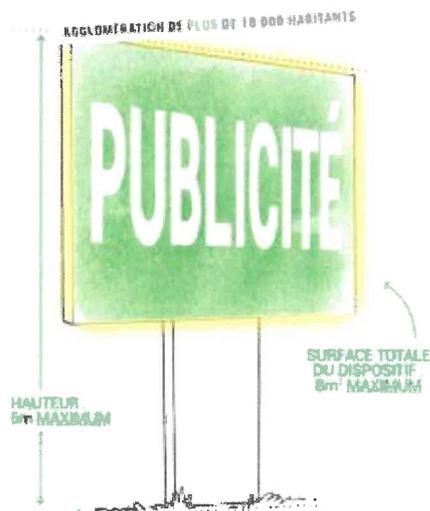
	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade $\leq 20$ m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale  $\leq 8$  m<sup>2</sup>

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  m



## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>18</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

### Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence ;
- Numérique (uniquement dans l'agglomération principale de Fréjus).

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- Dans 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 ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

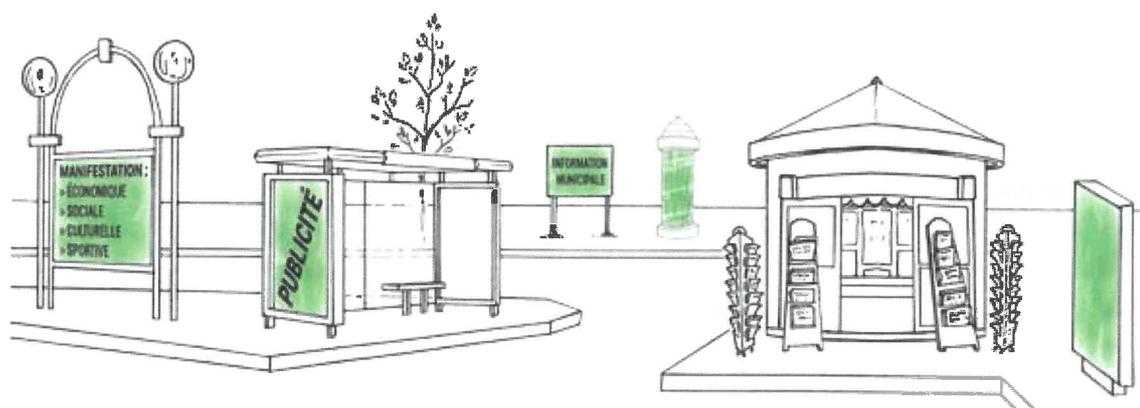
La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

---

<sup>18</sup> arrêté ministériel non publié à ce jour

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ .
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques,	Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés ( $8 \text{ m}^2$ si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

La publicité sur les bâches (autorisée uniquement dans l'agglomération principale de Fréjus)

Les bâches comprennent :

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

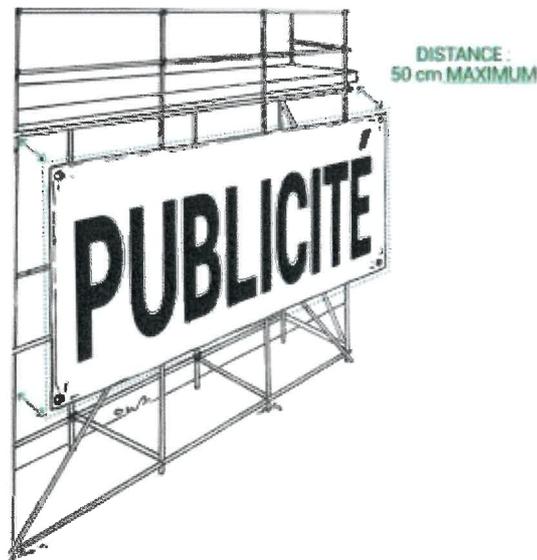
- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

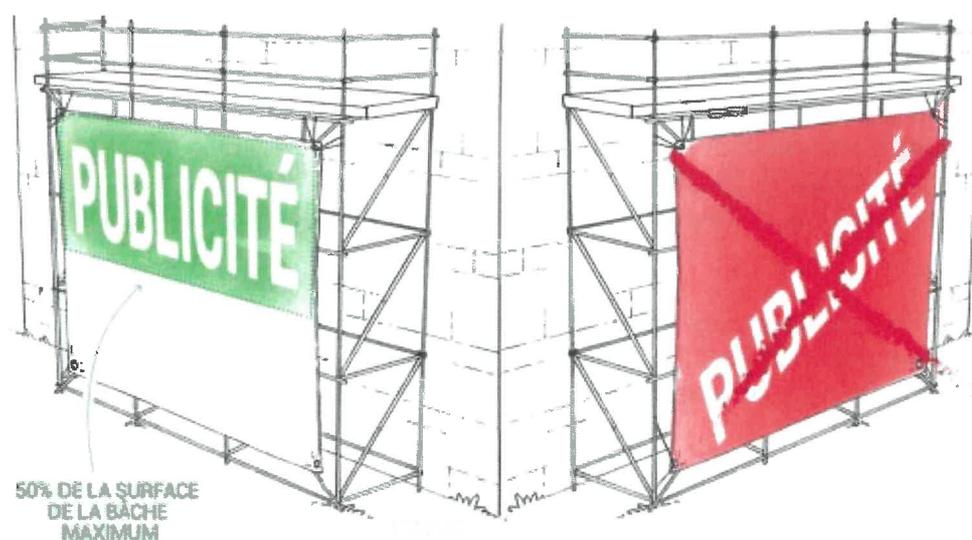
Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier  $\leq$  50% de la surface de la bâche<sup>19</sup>



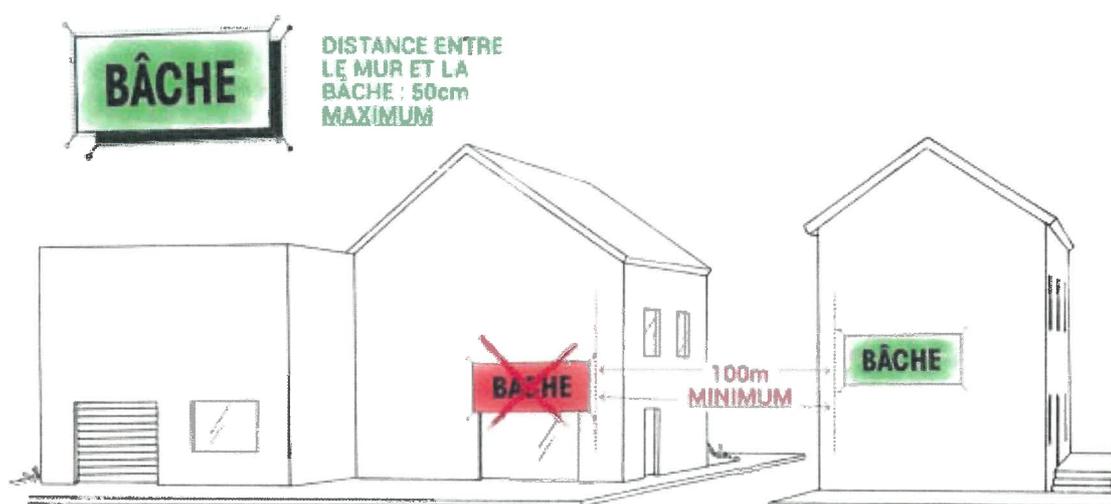
<sup>19</sup> l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles (autorisés uniquement dans l'agglomération principale de Fréjus)

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

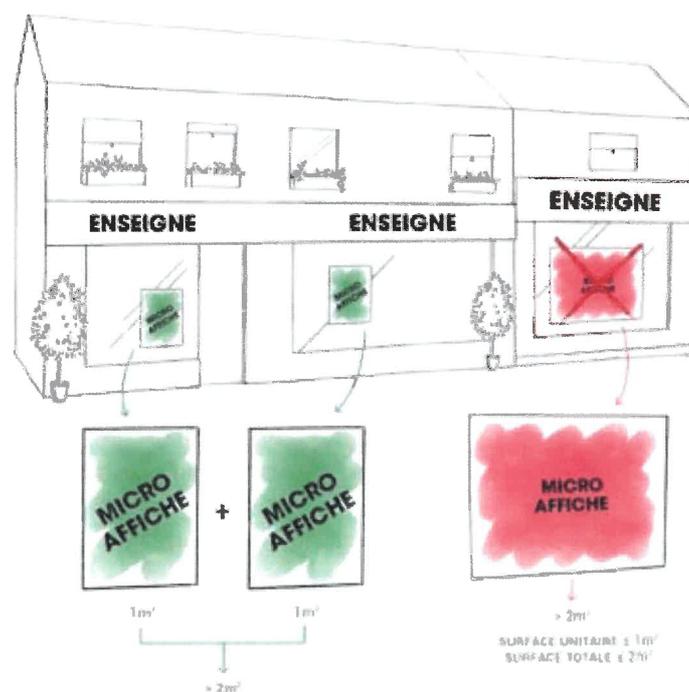
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

### Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

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

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomération de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- Constituée par des matériaux durables,
- Maintenu en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

#### Les enseignes lumineuses

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>20</sup>.

Elles sont éteintes<sup>21</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



#### Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

<sup>20</sup> arrêté non publié à ce jour

<sup>21</sup> l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

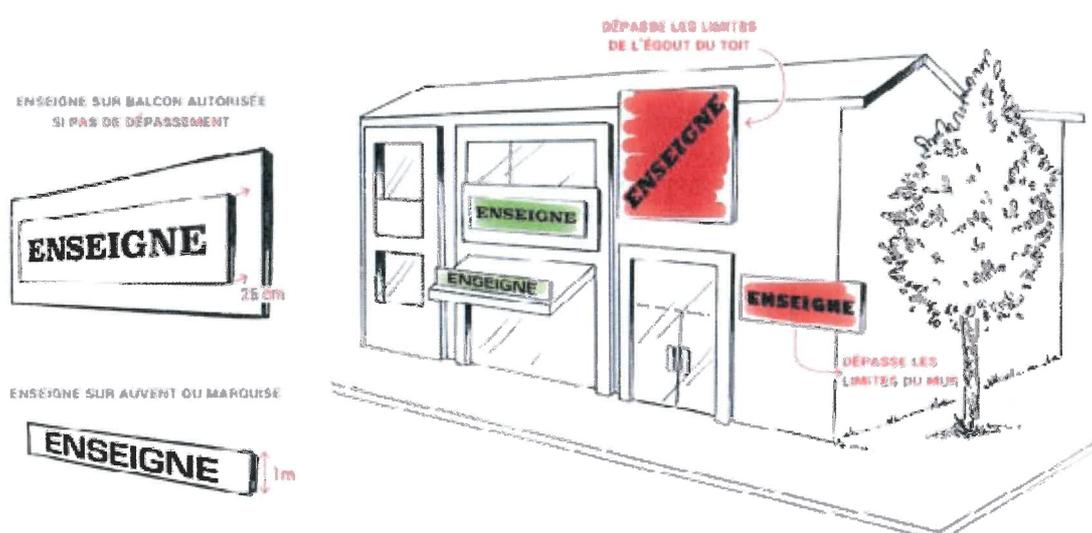
## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Elles ne doivent pas :

- Dépasser les limites de ce mur
- Constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.

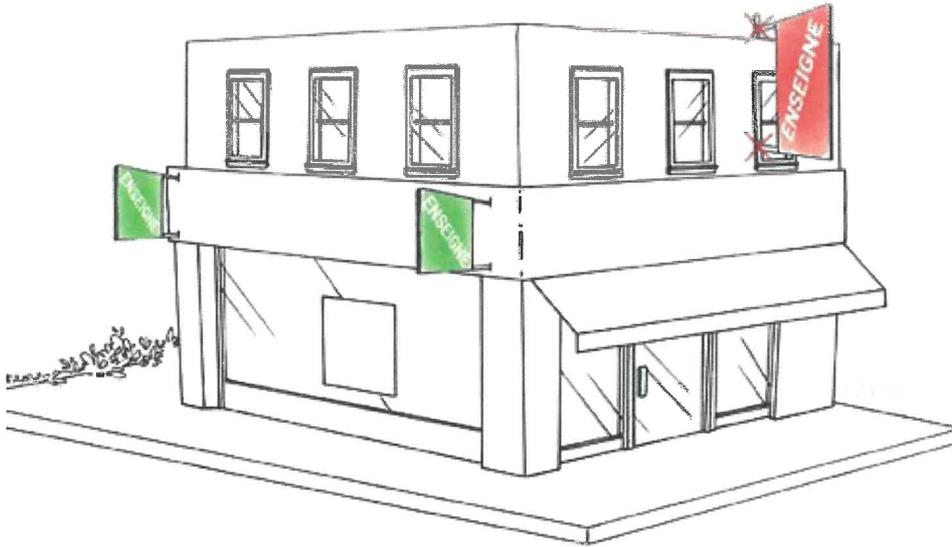


## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser la limite supérieure de ce mur,
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).



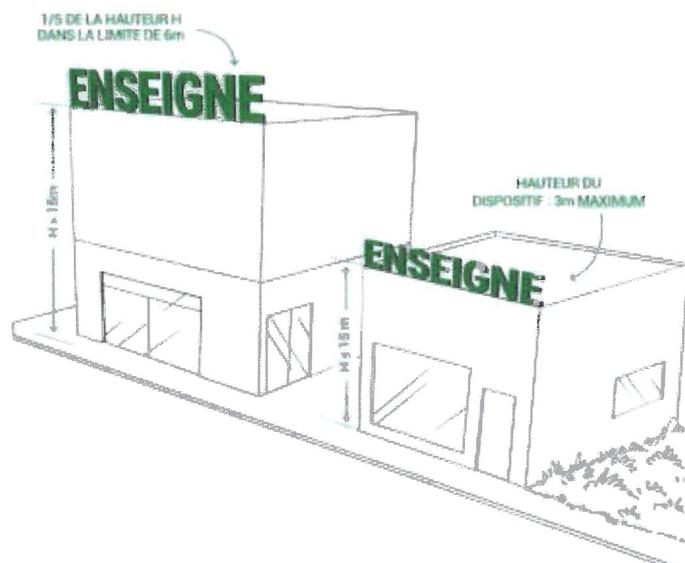
### Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

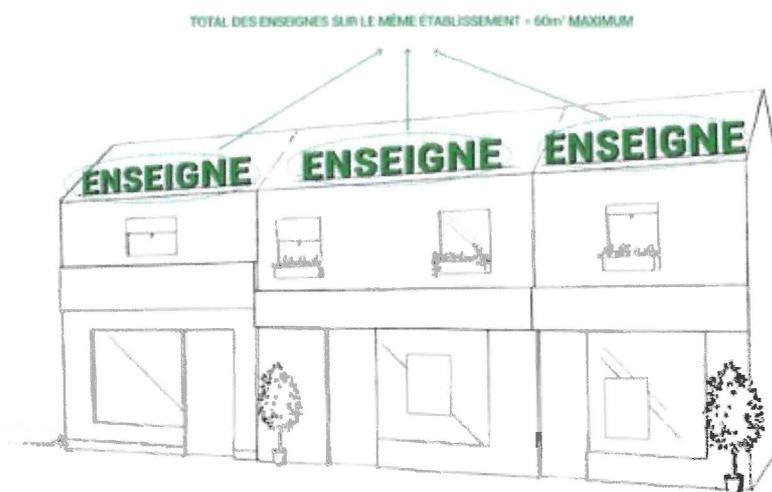
Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade $\leq$ 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



Surface cumulée<sup>22</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement  $\leq$  60 m<sup>2</sup>

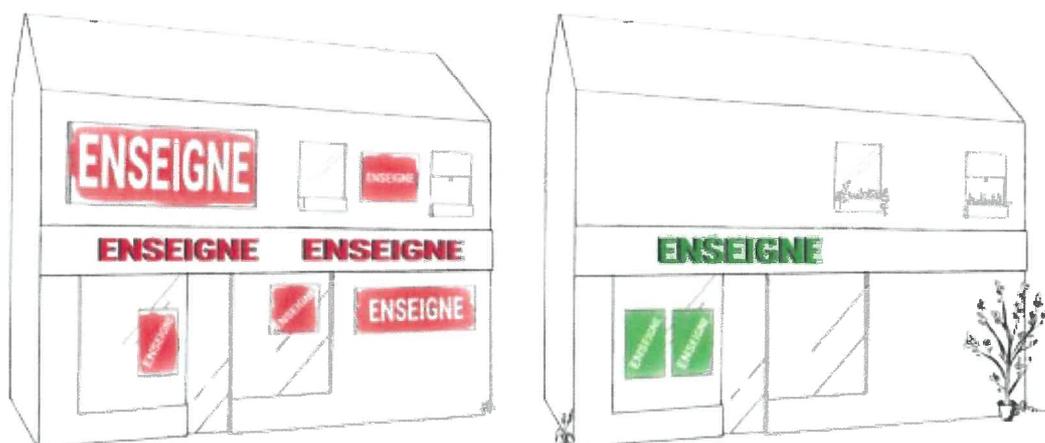


<sup>22</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

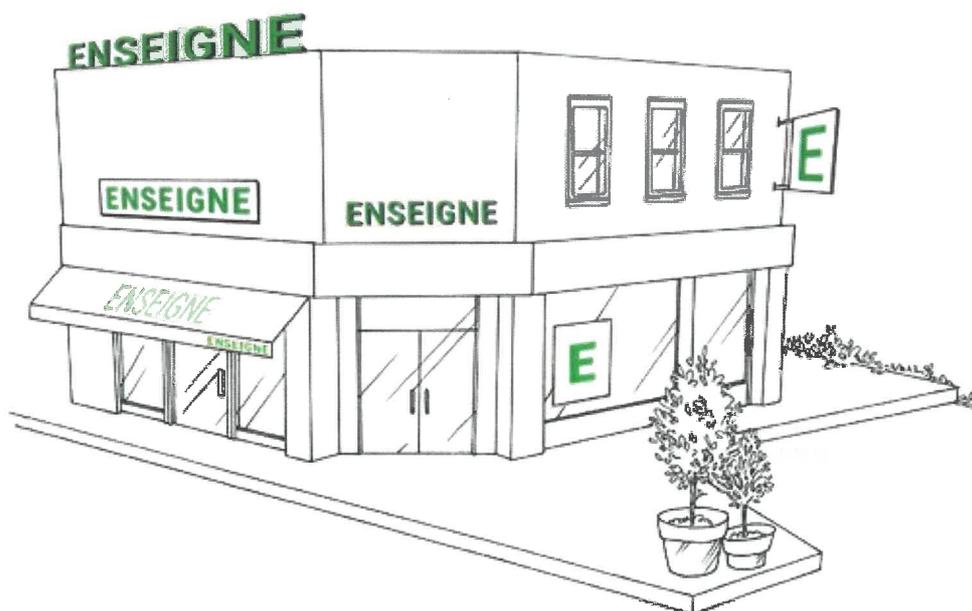
## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>23</sup> excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.



Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

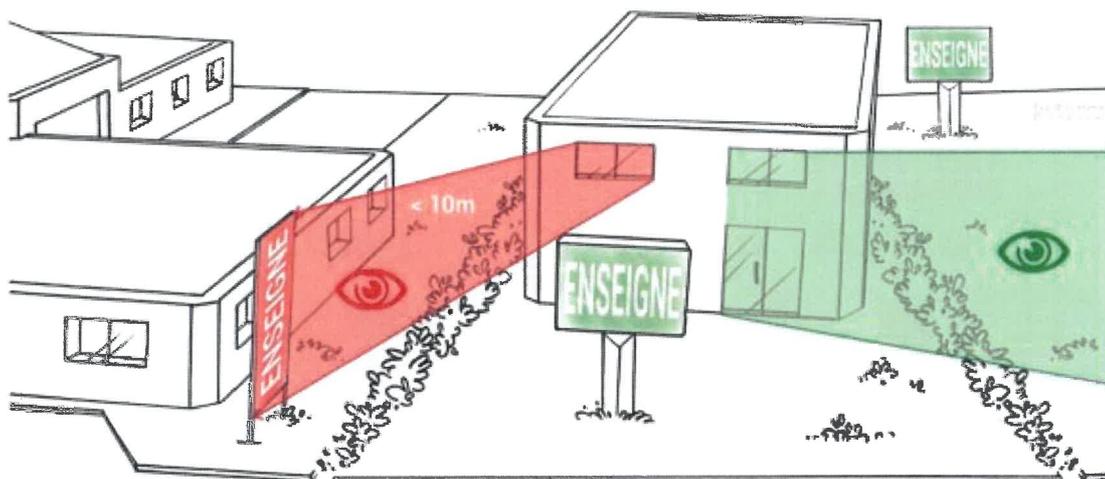


<sup>23</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

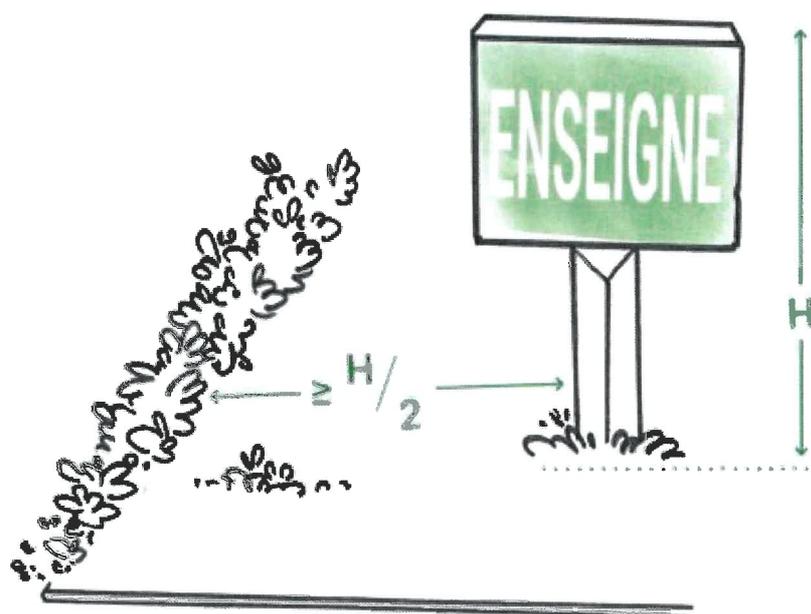
## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Les enseignes, de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.

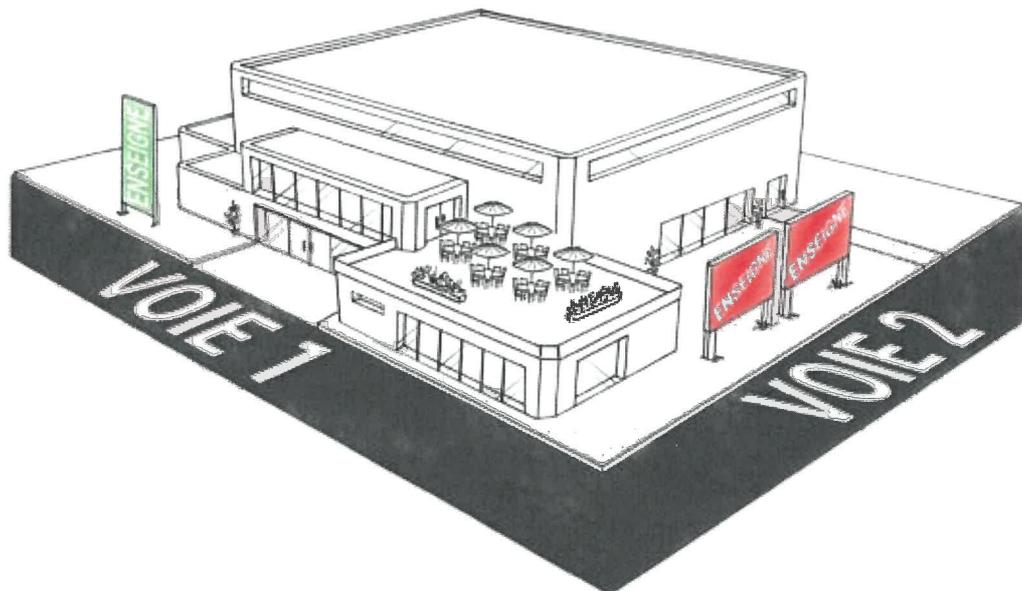


Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

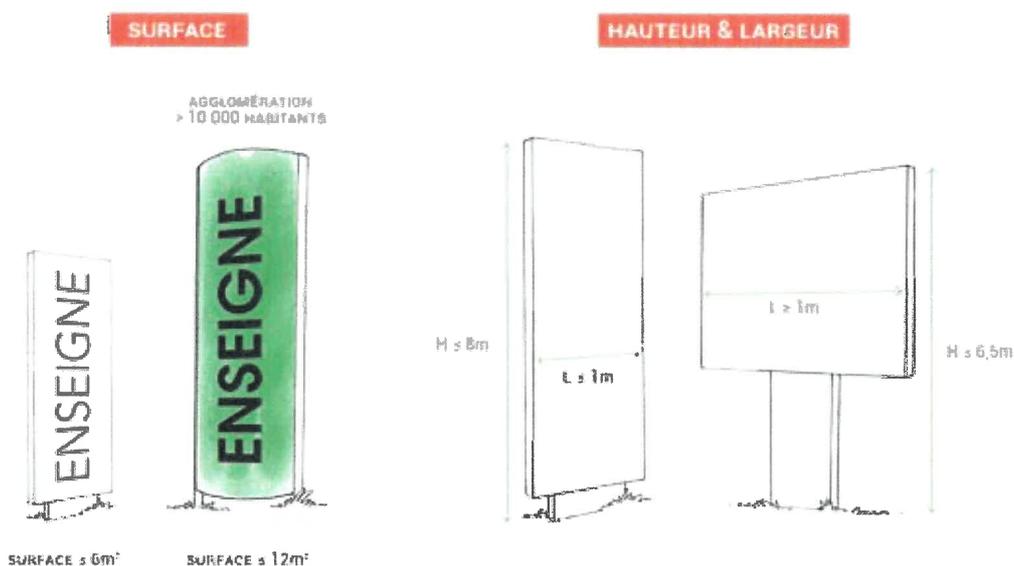
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup> (les agglomérations secondaires de Fréjus). Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (l'agglomération principale de Fréjus).

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>24</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>25</sup>.

#### Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie  $\leq 25$  cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

#### Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie  $\leq 1/10^{\text{ème}}$  de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

#### Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

#### Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

<sup>24</sup> il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>25</sup> arrêté non publié à ce jour

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface  $\leq 12 \text{ m}^2$  (si 2° alinéa)

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### e) La réglementation locale

La commune de Fréjus dispose d'un règlement local de publicité depuis le 1<sup>er</sup> octobre 1999. Ce RLP a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation, sans révision de ce règlement celui-ci deviendra caduc en 2020, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ».

La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national<sup>26</sup> ».

Le RLP de 1999 institue 6 zones de publicités restreintes et une zone de publicité autorisée sur le territoire de Fréjus :

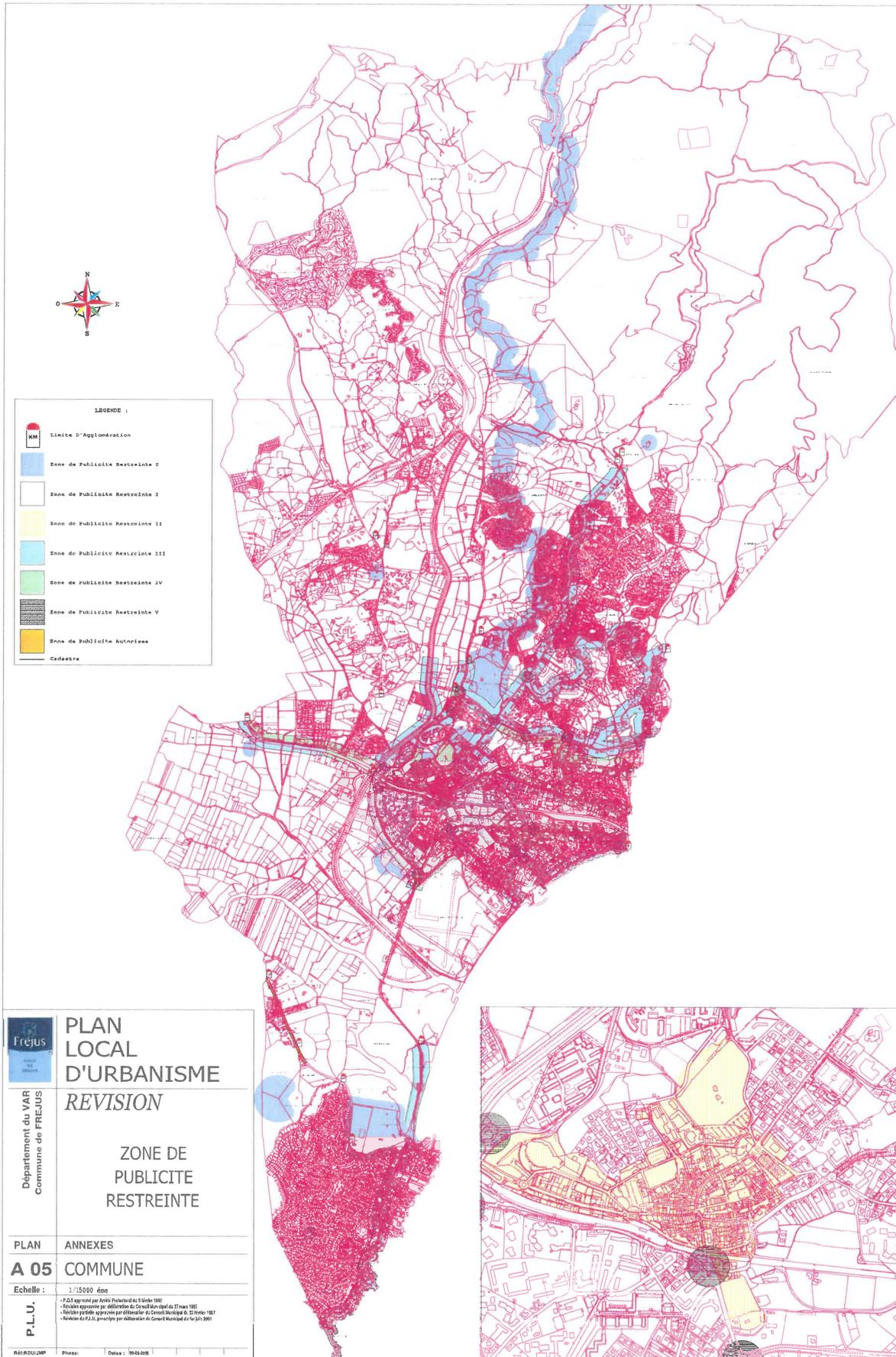
- Zone de Publicité Restreinte n°0 (ZPR0) : Elle couvre les périmètres de protection aux abords des monuments historiques classés ou inscrits, les sites classés et inscrits.
- Zone de Publicité Restreinte n°1 (ZPR1) : Elle couvre l'ensemble de l'agglomération en dehors de la ZPR2, ZPR3 et ZPR5.
- Zone de Publicité Restreinte n°2 (ZPR2) : Elle couvre le centre-ville de Fréjus.
- Zone de Publicité Restreinte n°3 (ZPR3) : Elle couvre les zones paysagères et résidentielles du territoire.
- Zone de Publicité Restreinte n°4 (ZPR4) : Elle couvre les grands axes du territoire.
- Zone de Publicité Restreinte n°5 (ZPR5) : Elle couvre les carrefours et giratoires.

Enfin, la zone de publicité autorisée (ZPA), couvre la RD7.

---

<sup>26</sup> Article L581-14 du Code de l'environnement

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019



PROJET – VERSION AU 18/11/2019

	ZPR0	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4	ZPR5	ZPA
Interdiction / Dérogation	Toute publicité exceptée la publicité apposée sur mobilier urbain et « l'information liée directement à l'exploitation de l'Amphithéâtre romain et du Théâtre romain est autorisée rue Henri Vadon et Avenue du Théâtre romain sur panneaux mobiles exclusivement devant les 2 monuments précités et durant la saison estivale (1 <sup>er</sup> mai – 30 sep.) »		Toute publicité exceptée la publicité apposée sur mobilier urbain. Les véhicules terrestres à moteur supportant de la publicité sont expressément interdits en ZPR2.	Toute publicité exceptée la publicité apposée sur mobilier urbain.		La publicité est interdite dans un rayon de 70m et dans le champ de visibilité des giratoires. Cette distance est calculée à partir du bord extérieur de la partie centrale.	Sur le côté gauche de la voie dans le sens Saint-Aygulf / Roquebrune-sur-Argens,
Publicité apposée sur mur ou clôture		Limitée à 12m <sup>2</sup>			Limitée à 12m <sup>2</sup>		
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol		Limitée à 12m <sup>2</sup> + Bardage obligatoire pour les dispositifs dont une seule face est exploitée			Limitée à 12m <sup>2</sup> + Bardage obligatoire pour les dispositifs dont une seule face est exploitée		Limitée à 12m <sup>2</sup>
Densité		1 seul dispositif par unité foncière, si celle-ci dispose d'un linéaire de façade supérieure à 50m. Une interdistance de 150m doit également être respectée entre les dispositifs publicitaires installés du même côté de la voie. Sur le domaine ferroviaire : 1 dispositif est autorisé tous les 150m.			Pour les unités foncières inférieures à 20m linéaires : 0 publicité scellée au sol autorisée / 1 publicité murale autorisée Pour les unités foncières entre 20m et 100m linéaires : 1 publicité scellée au sol autorisée / 1 publicité murale supplémentaire autorisée Pour les unités foncières supérieure 100m linéaires : 1 publicité scellée au sol supplémentaire autorisée avec une interdistance de 50m / 1 publicité murale supplémentaire autorisée Sur le domaine ferroviaire : 1 dispositif est autorisé tous les 50m.		1 dispositif par unité foncière et une interdistance de 50m doit être respectée entre chaque dispositif publicitaire.
Publicité lumineuse							
Publicité apposée sur palissade de chantier	Interdite						
Publicité apposée sur mobilier urbain				Limitée à 12m <sup>2</sup>			Sur le côté gauche de la voie dans le sens Saint-Aygulf / Roquebrune-sur-Argens, une interdistance de 50m doit être

respectée entre chaque  
dispositif publicitaire.  
Limitée à 12m<sup>2</sup>

	ZPR0	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4	ZPR5	ZPA
Interdiction	Enseigne lumineuse	Non spécifié – règles nationales	Enseigne éclairée par transparence (caisson lumineux) Enseignes lumineuses et éclairagements commerciaux participant à l'éclairage de la rue et tout systèmes clignotants, à effet stroboscopique ou variant d'intensité sont interdits. Leur longueur est limitée à l'emprise commerciale. Elles sont interdites sur les trumeaux latéraux et en surplombs des portes d'entrée des immeubles. <u>Les plaques professionnelles</u> sont autorisées dans la limite de 0,40m <sup>2</sup> Les journaux lumineux sont autorisés uniquement à l'intérieur des vitrines commerciales.				Non spécifié – règles nationales
Enseigne parallèle au mur	Non spécifié – règles nationales						Non spécifié – règles nationales
Enseigne perpendiculaire au mur	Non spécifié – règles nationales		Ne doivent pas dépasser l'appui des baies du 1 <sup>er</sup> étage. 1 seule enseigne perpendiculaire par activité				Non spécifié – règles nationales
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Limitée à 4m <sup>2</sup> et 6m de hauteur. 1 par voie bordant l'activité. Bardage obligatoire si une seule face exploitée. Installation interdite à moins de 30m d'un carrefour.	Limitée à 4m <sup>2</sup> et 6m de hauteur. 1 par voie bordant l'activité.	Non spécifié – règles nationales	Limitée à 8m <sup>2</sup> et 6m de hauteur. 1 par voie bordant l'activité. Bardage obligatoire si une seule face exploitée. Installation interdite à moins de 30m d'un carrefour.	Limitée à 8m <sup>2</sup> et 6m de hauteur. 1 par voie bordant l'activité. Bardage obligatoire si une seule face exploitée. Installation interdite à moins de 30m d'un carrefour.	Limitée à 8m <sup>2</sup> et 6m de hauteur. 1 par voie bordant l'activité. Bardage obligatoire si une seule face exploitée. Installation interdite à moins de 30m d'un carrefour.	Non spécifié – règles nationales
Enseigne temporaire			Limitée à 12m <sup>2</sup>				
			Limitée à 2 enseignes double face ou 4 enseignes simple face. Autorisation délivrée pour 2 ans à compter de l'acceptation du permis de construire Installation 3 semaines avant le début de l'opération et retrait 1semaine après				

## 5. Régime des autorisations et déclarations préalables

### a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

### b) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

## 6. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

## 7. Les compétences en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositifs en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai (réforme de juillet 2015).	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai (réforme de juillet 2018).	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

## II. Diagnostic du parc d'affichage

Un recensement des publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) situées à Fréjus a été réalisé en avril 2019. Quant aux enseignes, elles ont fait l'objet d'un inventaire partiel dans les secteurs suivants :

- Les zone d'activités situées le long de la DN7 à l'ouest du cœur de Fréjus
- Le centre-ville et le port
- Dans les agglomérations périphériques : le long de l'avenue de Saint-Aygulf et le pôle d'activité au sud du parc zoologique

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

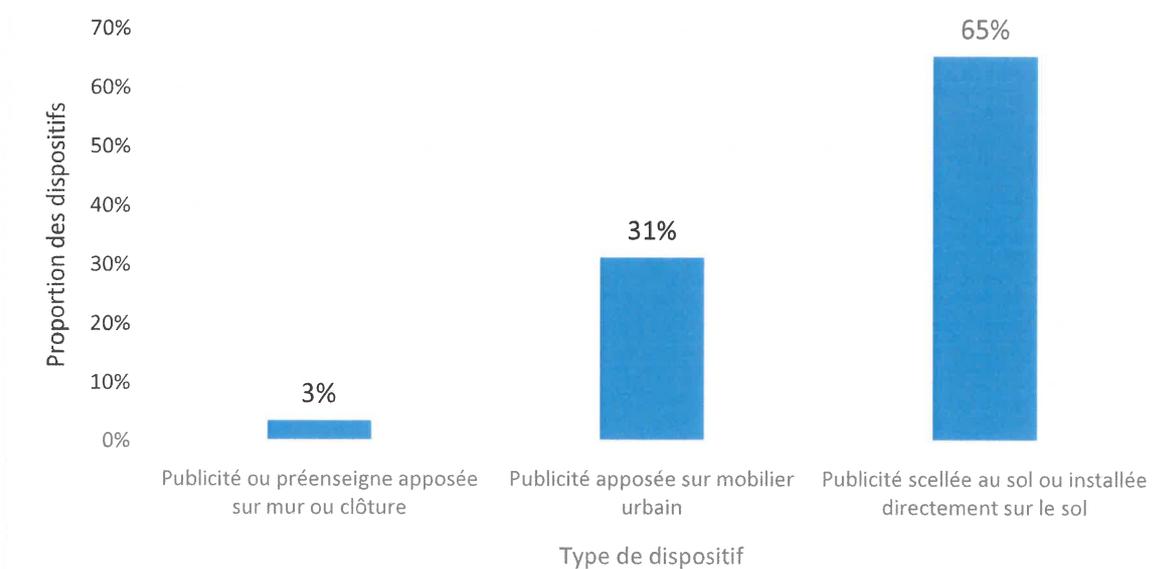
Nous verrons dans un premier temps, les caractéristiques des publicités et préenseignes existantes sur le territoire communal. Puis, nous aborderons dans un second temps, les enjeux posés par les enseignes.

### 1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

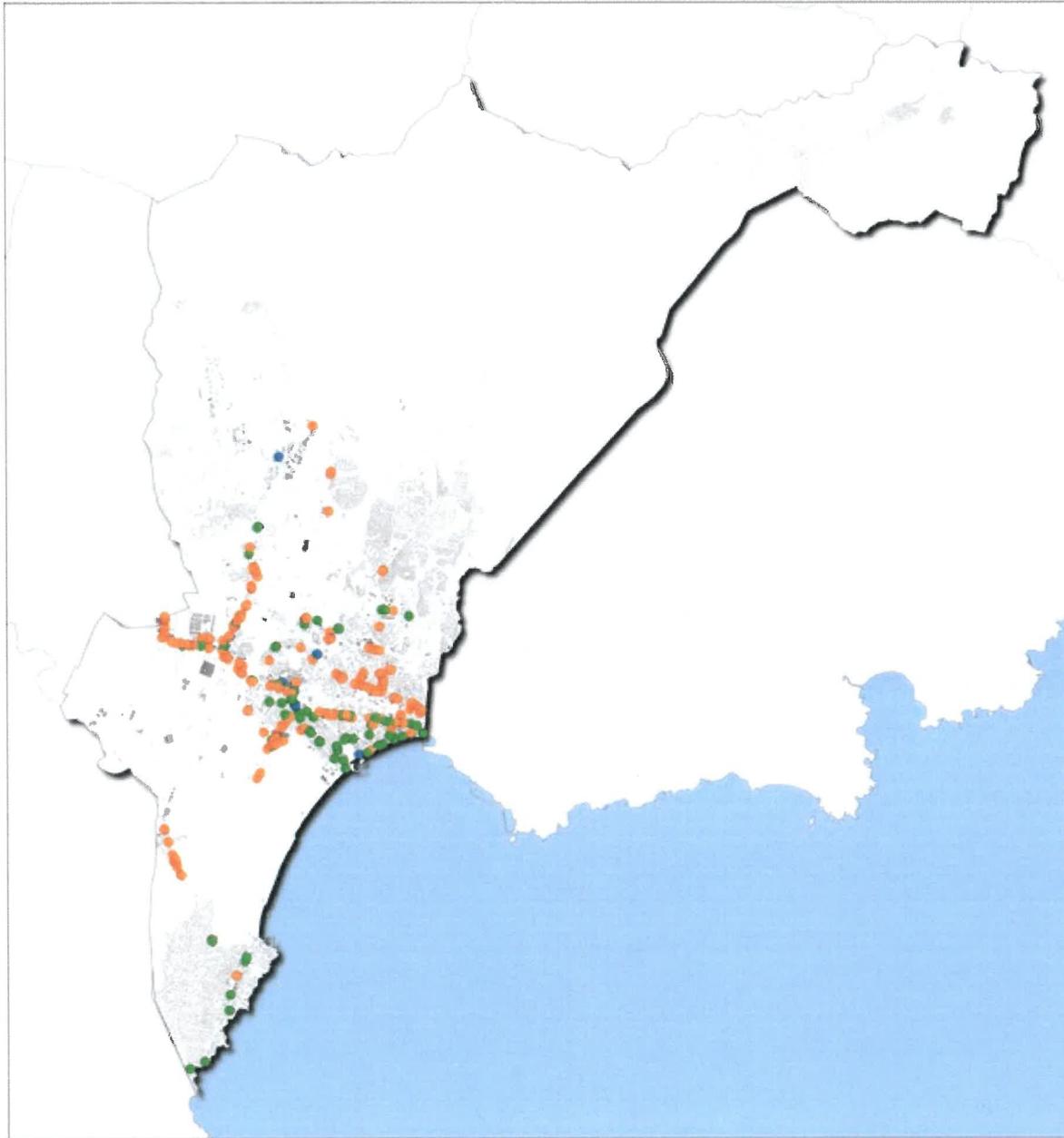
Sur le territoire communal, les publicités et préenseignes sont présentes sous 3 formes distinctes :

### Répartition des publicités et préenseignes par type de dispositif



**Au total, 289 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal dont 90 dispositifs apposés sur mobilier urbain. Elles représentent au total 1664m<sup>2</sup> de surface d’affichage hors mobilier urbain.**

## Localisation des publicités et préenseignes



### Légende

Types de dispositifs

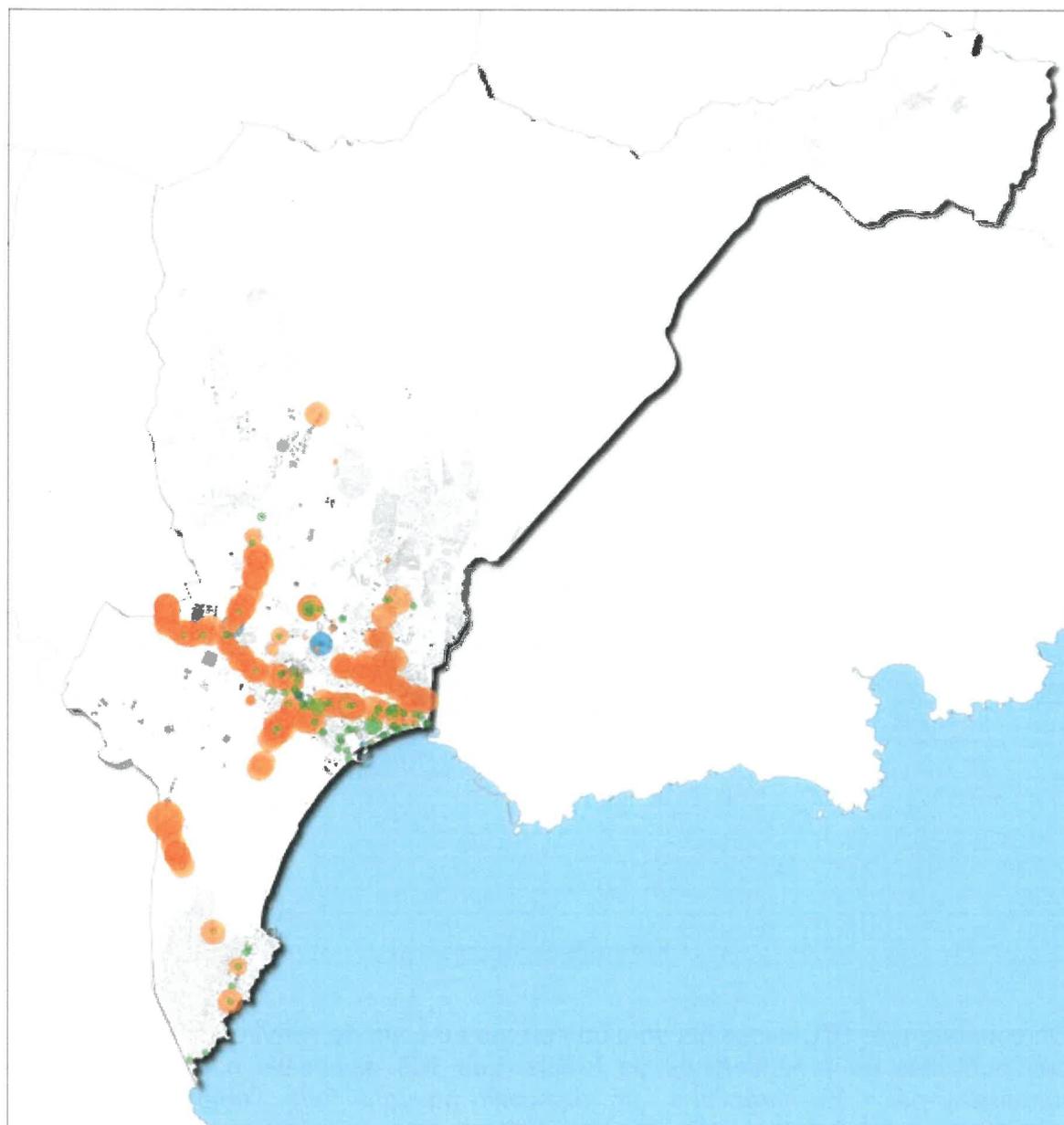
- Publicité apposée sur mobilier urbain
- Publicité ou préenseigne apposée sur mur ou clôture
- Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol



0 2.5 5 km

Source :  
Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

## Localisation et surfaces des publicités et préenseignes



### Légende

- Publicité apposée sur mobilier urbain
  - Publicité ou préenseigne apposée sur mur ou clôture
  - Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Surfaces des dispositifs
- inférieures à 5 m<sup>2</sup>
  - de 5 à 10 m<sup>2</sup>
  - de 10 à 15 m<sup>2</sup>
  - supérieure à 15 m<sup>2</sup>



0 2.5 5 km

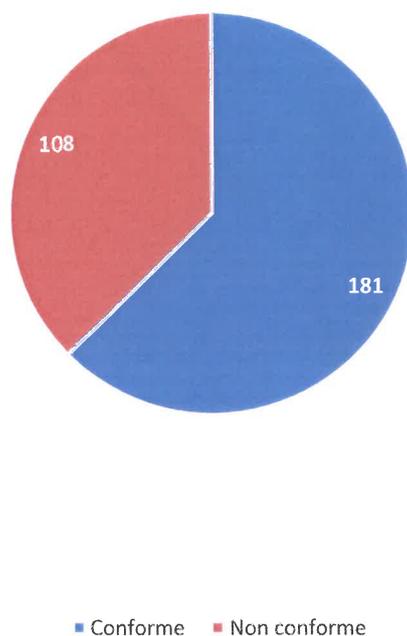
Source  
Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence des dispositifs publicitaires le long des principaux axes structurants le territoire, en zones d'activité et dans le centre-ville. Les dispositifs de type scellé au sol ou installés sur le sol y sont implantés

majoritairement. Les publicités apposées sur mobilier urbain se retrouvent dans le centre-ville et sur le port de Fréjus. Les dispositifs apposés au mur se situent presque essentiellement en centre-ville.

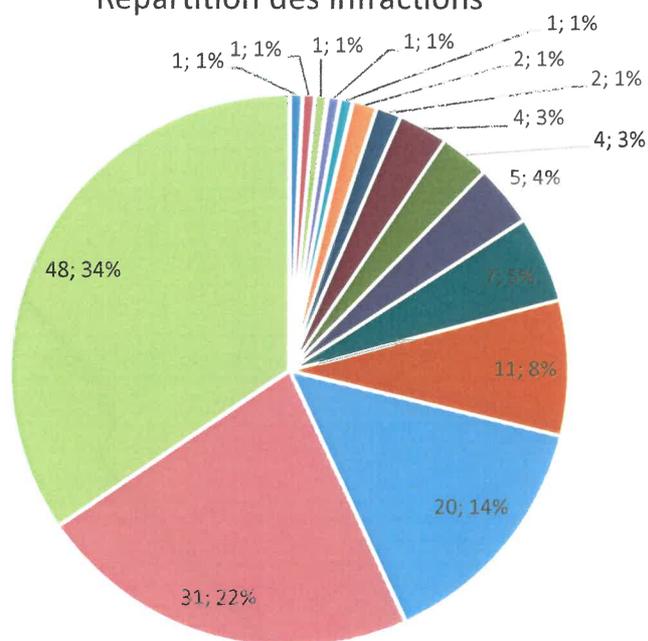
Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant les dispositifs conformes et non conformes au Code de l'environnement.

Conformité par rapport au code de l'environnement



On constate que 181 dispositifs sont conformes au code de l'environnement soit 63% des publicités ou préenseignes de Fréjus. Les 108 dispositifs non conformes se traduisent par 139 infractions, un dispositif pouvant faire l'objet de plusieurs infractions. Ces infractions sont réparties de la manière suivante :

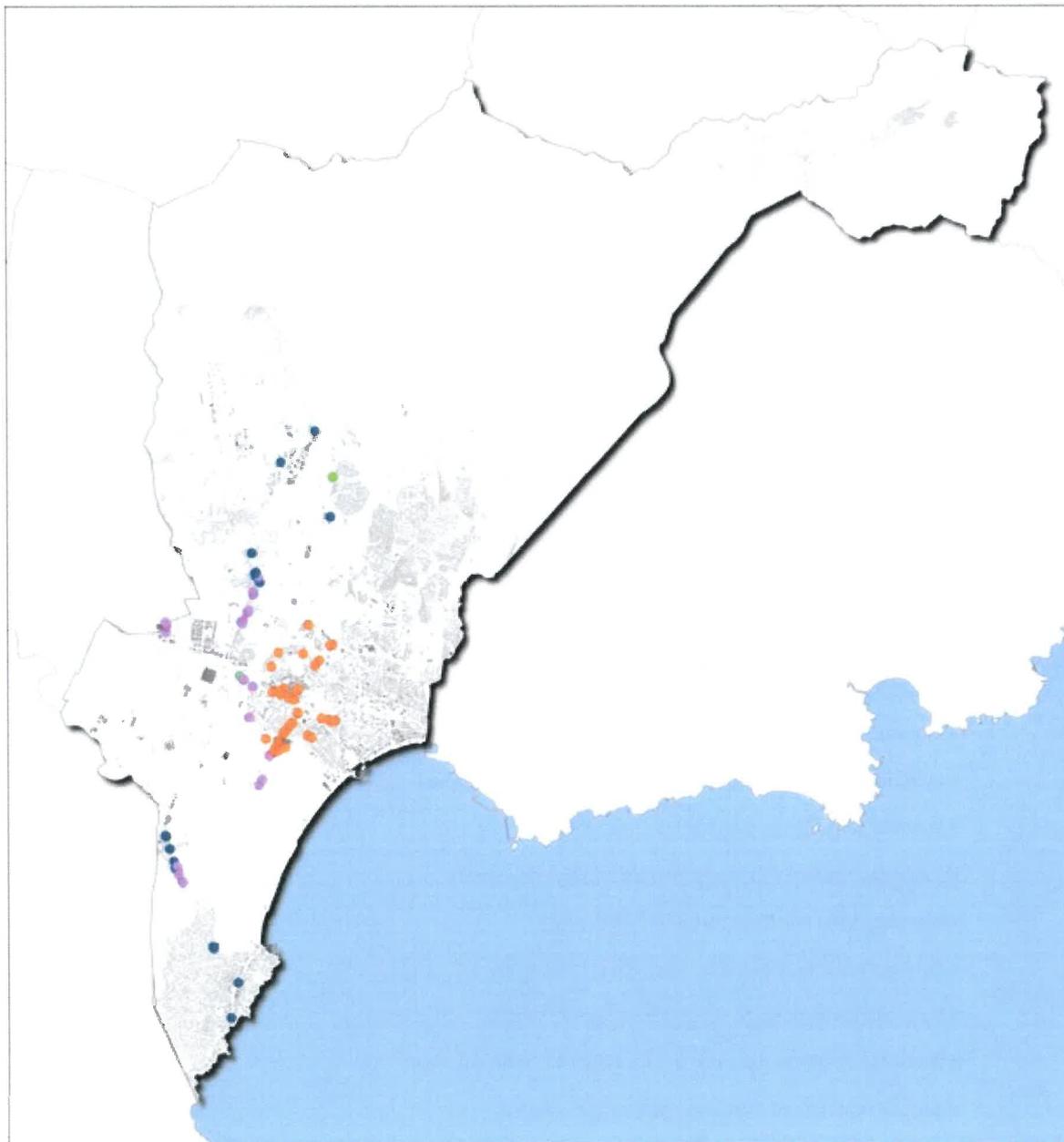
## Répartition des infractions



- Dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit (Art.R.581-26 C. env.)
- Mauvais état d'entretien (Art.R.581-24 C. env.)
- Publicité non parallèle au mur interdite (Art.R.581-26 C. env.)
- Publicité sans buteau (Art. L581-5 C. env.)
- Publicités interdites dans site inscrit (Art. L581-8 C. env.)
- Mauvais état d'entretien (Art.R.581-24 C. env.)
- Publicité installée à moins de 50 cm du sol (Art.R.581-27 C. env.)
- Dispositif scellé/posé au sol situé en zone EBC (Art.R581-30 C. env.)
- Publicités interdites dans site Natura 2000 (Art. L581-8 C. env.)
- Surface supérieure à 12m2 (Art. R.581-33 C. env.)
- Installée à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (Art.R.581-33 C. env.)
- Publicité interdite sur plantations, équipements liés à l'électricité, les télécommunications, la circulation (Art.R.581\_22 C. env.)
- Dispositif scellé/installé au sol dans une agglomération de moins de 10 000 hab... (Art.R581-31 C. env.)
- Dipositif hors agglomération (Art.L581-7 C. env.)
- Publicités interdites dans SPR (Art. L581-8 C. env.)

Dans 77% des cas les infractions sont liées à l'implantation de dispositifs dans des zones d'interdiction. Il s'agit des dispositifs situés hors agglomération, en SPR, en sites inscrits ou Natura 2000 et dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants ou dans des espaces boisés classés pour ce qui concerne des publicités ou préenseignes scellés ou posés au sol.

## Infractions majoritaires des publicités et préenseignes



### Légende

#### Infractions majoritaires

- Dispositif hors agglomération (Art. L581-7 code de l'env.)
- Dispositif scellé/installé au sol dans une agglomération de moins de 10 000 hab. (art. R581-31)
- Dispositif scellé/posé au sol situé en zone EBC (art. R581-30 du code de l'env.)
- Publicités interdites dans site Natura 2000 (Art. L581-8 code de l'env.)
- Publicités interdites dans SPP (Art. L581-8 code de l'env.)
- Publicités interdites dans site inscrit (Art. L581-8 code de l'env.)



0 2.5 5 km

Source :  
Recensement : bureau d'étude GoPub Conseil  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

D'autres infractions significativement présentes sont l'installation de dispositifs sur des plantations, des équipements liés à l'électricité, aux télécommunications, ou à la circulation (8%). 7 dispositifs scellés au sol sont aussi installés à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété voisine soit 5% des infractions.



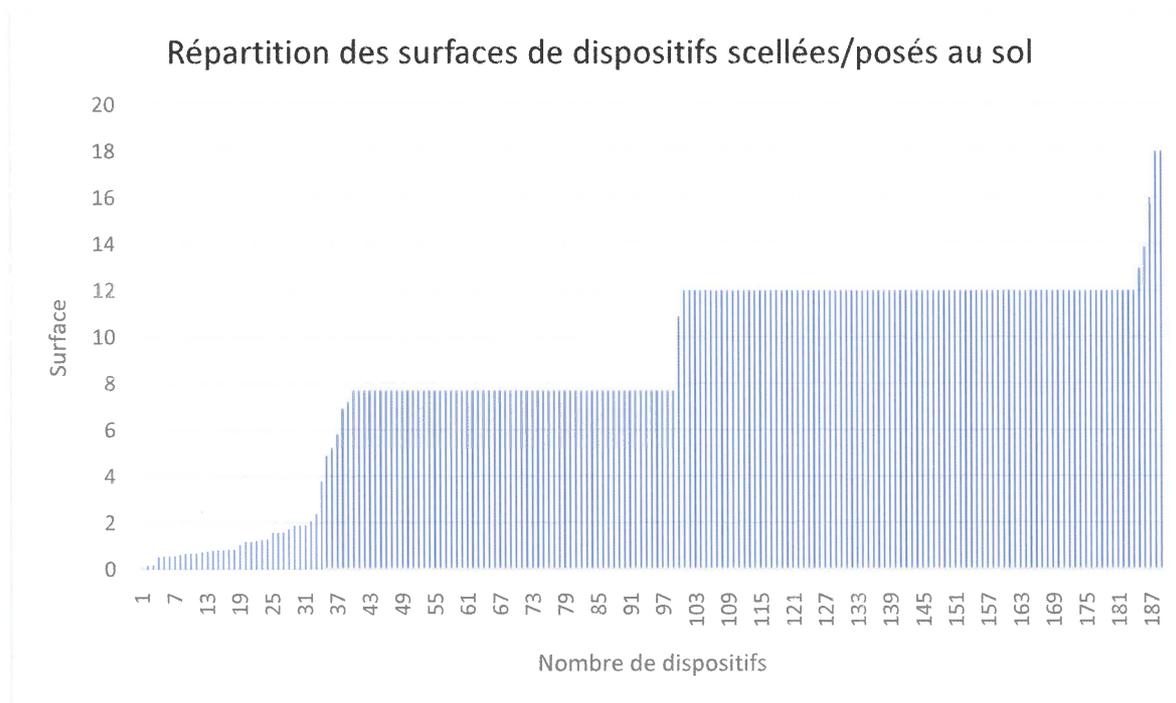
Dispositifs ne respectant pas la règle H/2 (Art.R.581-33 C. env.) – Fréjus, avril 2019



Dispositifs interdits sur plantations, équipements liés à l'électricité, les télécommunications, la circulation (Art.R.581-22 C. env.) – Fréjus, avril 2019

### Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :

Avec une part de 65% de l'ensemble des dispositifs, les publicités et préenseignes scellées au sol représentent une grande majorité du parc d'affichage publicitaire.



Le graphique précédent représente les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol en fonction de leur surface.

Avec une médiane des surfaces à 7,6m<sup>2</sup> et près de 50% des dispositifs possédant une surface de 12m<sup>2</sup>, les superficies des dispositifs scellés au sol sont élevées. Pour rappel, les règles du RLP pour ce qui concerne ce type de dispositif fixe une surface maximale à 12m<sup>2</sup> dans les zones ZPR1, ZPR4 et ZPA. Ce seuil est identique à celui du code de l'environnement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Les dispositifs scellés ou installés directement sur le sol dont la surface est importante se retrouvent essentiellement le long des axes importants de la ville tels que la DN7, la D4 et le D7. Pour ces deux dernières voies, l'implantation de ce type de dispositifs est interdite soit parce qu'il se situent hors agglomération soit parce que l'agglomération traversée compte une population inférieure à 10 000 habitants.

En général, les problématiques d'implantation sont les principales sources d'infraction des dispositifs scellés au sol.

Différents formats rencontrés sur la commune :



Dispositifs scellés au sol de différents formats – Fréjus, avril 2019

Autres caractéristiques et infractions rencontrées sur la commune :



Dispositifs scellés au sol, à gauche deux pieds, à droite mono pied – Fréjus, avril 2019



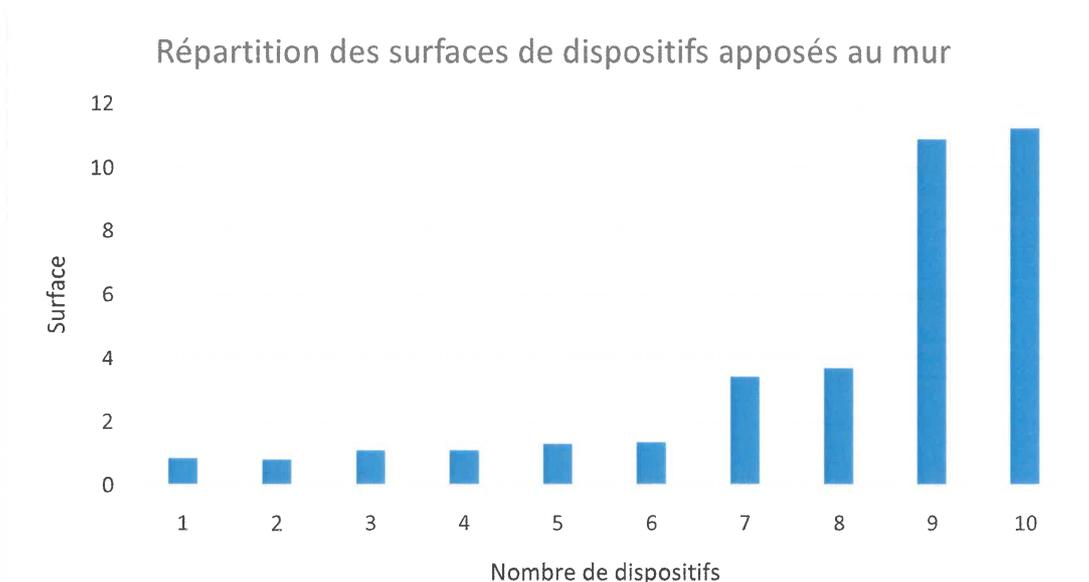
Dispositifs scellés au sol avec passerelle – Fréjus, avril 2019



Dispositifs scellés au sol en infraction, à gauche surface dépassant les 12m<sup>2</sup>, à droite en mauvais état d'entretien – Fréjus, avril 2019

### Publicités ou préenseignes apposées au mur ou sur clôture :

Les dispositifs publicitaires apposés au mur ou sur clôture sont peu présents sur le territoire atteignant 3% du parc. Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.



La surface de ce type de dispositif est globalement faible. La plupart d'entre eux ne dépasse pas les 4m<sup>2</sup>, et deux atteignent 12m<sup>2</sup>.



Dispositifs apposés au mur ou sur clôture – Fréjus, avril 2019

Les publicités ou préenseignes apposées au mur ou sur clôture sont en grande majorité non conformes au code de l'environnement (8 dispositifs concernés par une infraction). Les images suivantes illustrent certaines de ces infractions :



Dispositifs apposés sur clôture non aveugle- Fréjus, avril 2019

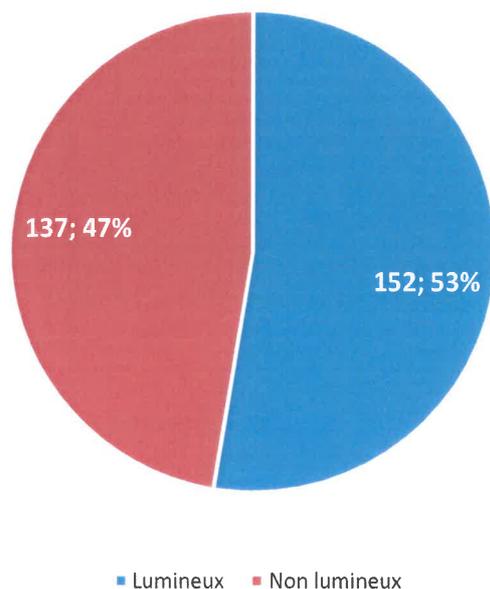


Dispositifs apposés sur clôture disposé à moins de 50 cm du sol – Fréjus, avril 2019

## Publicités ou préenseignes lumineuses :

Plus de la moitié des dispositifs publicitaires possèdent un système d'éclairage. Ils représentent en effet un peu plus de 53% des dispositifs de la ville.

### Dispositifs lumineux



150 dispositifs sont éclairés par projection ou transparence, par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses. Seulement deux dispositifs sont numériques.



Dispositifs lumineux, à gauche système d'éclairage par projection, à droite système d'éclairage par transparence – Fréjus, avril 2019



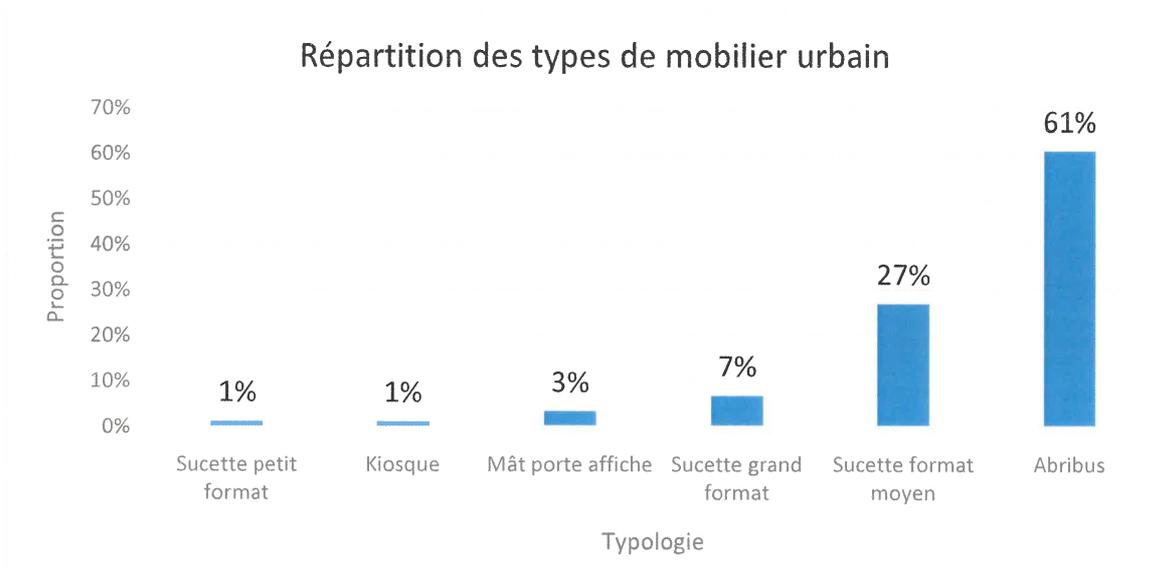
Dispositif numérique – Fréjus, avril 2019

## Les publicités/préenseignes supportées par le mobilier urbain

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories. Quatre sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur Fréjus, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité commerciale d'un format de 2m<sup>2</sup> ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « sucette » de 8m<sup>2</sup> et 2m<sup>2</sup> ;
- Des mâts porte-affiches
- Un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public

Ces sous-catégories se répartissent de la manière suivante



Comme le montre le graphique ci-dessus, les mobiliers urbains les plus présents sur la commune sont les abris destinés au public au nombre de 54 et les sucettes de format de 2m<sup>2</sup> qui comptent 24 dispositifs.



Abris destinés au public – Fréjus, avril 2019



Sucettes de 2m<sup>2</sup> – Fréjus, avril 2019



A gauche, mât porte affiche, à droite Sucette de 8m<sup>2</sup> – Fréjus, avril 2019



Kiosque – Fréjus, avril 2019

## 2. Les caractéristiques des enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage.

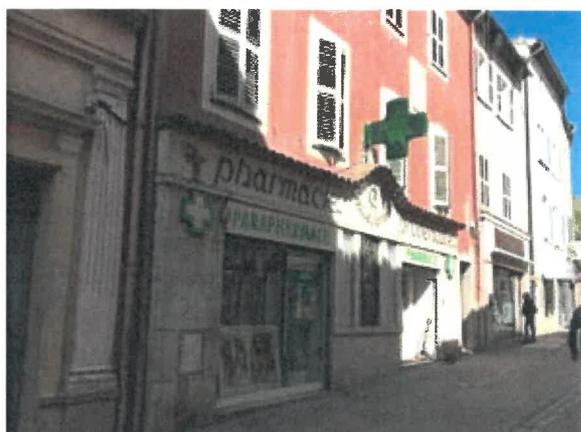
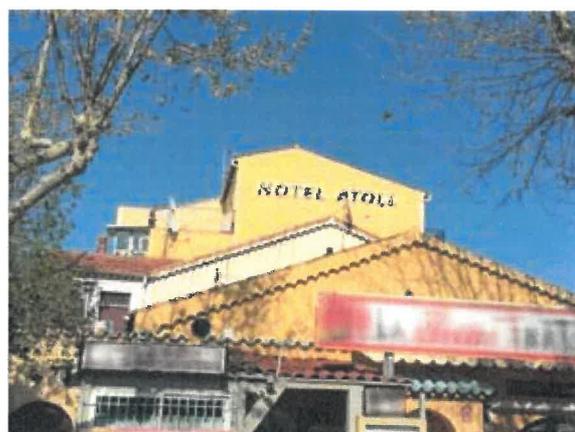
Sept catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal :

- Les enseignes parallèles au mur (c'est à dire sur mur) ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur ;
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les enseignes sur auvent ou marquise ;
- Les enseignes sur clôture ;
- Les enseignes sur balcon (cette catégorie sera traitée avec les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur) ;

Les enseignes parallèles au mur :

L'enseigne parallèle au mur se présente sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur notamment concernant son implantation. En effet, elle ne doit pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit.



Enseignes parallèles en lettres découpées – Fréjus, avril 2019



Enseignes parallèles, à gauche dispositif fixé aux colonnes, à droite vitrophanie de surface élevée  
– Fréjus, avril 2019



Enseignes parallèles dépassant les limites du mur – Fréjus, avril 2019

Outre les infractions liées à l'implantation des enseignes parallèles, leur surface entre également en ligne de compte. Une règle de cumul des surfaces est posée dans le code de l'environnement. Lorsque la façade possède une superficie inférieure à 50m<sup>2</sup>, le cumul des surfaces des enseignes ne peut dépasser 25% de la surface de la façade. Lorsque la surface de façade est supérieure à 50m<sup>2</sup>, cette proportion passe à 15%.

Sur le territoire communal, on recense plusieurs enseignes contraires à cette règle nationale telles que le montrent les illustrations suivantes.



Façade saturée d'enseignes – Fréjus, avril 2019

Les enseignes sur clôture :

Les enseignes sur clôture présentent en général deux cas de figure : les enseignes sur clôture aveugle que nous préférons aux enseignes sur clôture non aveugle. Les photographies suivantes proposent des exemples de pratiques rencontrées lors de l'inventaire réalisé.



Enseignes sur clôture, en haut sur clôture aveugle, en bas sur clôture non aveugle – Fréjus, avril 2019

### Les enseignes sur auvent ou marquise :

Les enseignes sur auvent ou marquise sont une sous-catégorie des enseignes parallèles au mur. Le Guide Pratique de la Publicité Extérieure, réalisé par le Ministère de l'Écologie, définit l'auvent comme « *une avancée en matériaux durs en saillie du mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries* ». Les enseignes sur auvent doivent donc respecter ces caractéristiques. A ce titre, le store n'est pas considéré comme un auvent.



Enseignes parallèles, à gauche sur auvent, à droite sur balcon – Fréjus, avril 2019

## Les enseignes perpendiculaires au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur disposent généralement de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.



Enseignes perpendiculaires, à gauche dispositif de forme carré, à droite dispositif de forme rectangulaire vertical – Fréjus, avril 2019



Enseignes perpendiculaires, à gauche dispositif de forme circulaire, à droite dispositif dont la saillie dépasse 2m – Fréjus, avril 2019



Enseignes perpendiculaires, à gauche dispositif fixé au balcon, à droite dispositif dépassant les limites du mur – Fréjus, avril 2019

Bien qu'elles soient limitées à 1 mètre de hauteur par le Code de l'environnement, elles peuvent néanmoins avoir un impact important notamment dans les espaces étroits et/ou masquer les éléments architecturaux des bâtiments se situant derrière ces enseignes. Comme les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, ces dispositifs peuvent être implantés en façade sans altérer la visibilité du commerce et sans avoir un impact paysager trop dommageable.

Contrairement aux enseignes sur toiture, les enseignes sur auvents peuvent être réalisées avec un panneau de fond, sans être en infraction avec la réglementation nationale. La future réglementation locale pourra mettre en place un cadre réglementaire à ces enseignes.

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact peut être du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol lors de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore dans une moindre mesure les panneaux « 4 par 3 ». On retrouve également des enseignes installées sur le sol de type chevalet. Ces dernières font l'objet d'une occupation du domaine public.



Enseignes scellées au sol de type totem – Fréjus, avril 2019



Enseignes scellées au sol, à gauche dispositif de type drapeau, à droite dispositif de type panneau – Fréjus, avril 2019



Publicité installée directement sur le sol de type chevalot. Ces dispositifs sont souvent assimilés à des enseignes alors même qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent. Dès qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent, ces dispositifs ne peuvent être considérés comme des enseignes que lorsque qu'ils bénéficient d'une autorisation d'occupation du domaine public – Fréjus, avril 2019



Plus d'une enseigne scellée au sol par voie bordant l'activité – Fréjus, avril 2019



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne respectant pas la règle dite « H/2 » – Fréjus, avril 2019

L'enseigne sur toiture :

L'enseigne sur toiture ou terrasse est en générale peu présente. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Enseigne sur toiture – Fréjus, avril 2019

### L'enseigne temporaire :

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Ce que dit le RNP sur les enseignes temporaires :

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement* » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment.



Enseignes temporaires – Fréjus, avril 2019



Préenseignes temporaires – Fréjus, avril 2019

### Les enseignes lumineuses :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence. Deux enseignes numériques ont été relevées sur les secteurs ayant fait l'objet de l'inventaire des enseignes. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Enseignes lumineuses, à gauche éclairée par transparence, à droite éclairée par projection— Fréjus, avril 2019



Enseigne lumineuse éclairée par projection— Fréjus, avril 2019



Enseignes lumineuses de type numérique – Fréjus, avril 2019

### III. Problématiques en matière de publicité extérieure

#### Enjeu n°1 : Respect des règles définies par les limites d'agglomération dans le cadre du code de l'environnement

Les caractéristiques démographiques et l'organisation spatiale du bâti de la commune établissent une agglomération de plus de 10 000 habitants et plusieurs agglomérations secondaires de moins de 10 000 habitants. Fréjus faisant partie d'une unité urbaine de moins de 100 000 habitants, le code de l'environnement fixe un cadre restreint en termes de publicité extérieure. Au-delà de l'interdiction de publicité extérieure hors agglomération, des interdictions dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants existent également. En effet, dans ces dernières, les publicités scellées au sol ou posées au sol sont interdites et celles apposées au mur doivent respecter une surface maximale de 4m<sup>2</sup> et une hauteur au sol de 6m.

De plus, toujours dans ces agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface des enseignes scellées ou posées au sol est limitée à 6m<sup>2</sup>.

#### Enjeu n°2 : Préserver les espaces naturels et patrimoniaux de qualité

La commune de Fréjus cumule un nombre important de zones d'interdictions absolues et relatives qui traduisent une qualité paysagère de la commune qu'il convient de préserver. En plus des infractions liées à l'implantation de dispositifs hors agglomération, les publicités ou préenseignes situées en zone d'interdiction comptent pour les infractions les plus nombreuses. Il apparaît important de faire respecter ces règles d'interdiction et de valoriser les atouts naturels et patrimoniaux de Fréjus.



Publicités en zone naturelle et patrimoniale de qualité, à gauche dans le site archéologique du Reydisart, à droite le long de l'aqueduc antique – Fréjus, avril 2019

### Enjeu n°3 : Maitriser la densité et le format des dispositifs publicitaires sur le territoire

L'objectif est de proposer un encadrement des dispositifs publicitaires en matière de surface. En effet, on observe que le RLP de 1999 limitait leur surface à un maximum de 12m<sup>2</sup>, tout comme la réglementation nationale actuelle. Il est également impératif de mettre en place une règle de densité qui remplace les règles d'inter-distance fixées dans le RLP et qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire.



Cumul de publicités et d'enseignes – Fréjus, avril 2019

### Enjeu n°4 : La place du mobilier urbain dans le paysage de la commune

La publicité supportée sur le mobilier urbain est présente dans le centre de la commune. Ce mobilier urbain publicitaire occupe une place importante dans le paysage de Fréjus, on relève notamment des abris bus, des dispositifs de type « sucette », des mâts porte-affiches et un kiosque en centre-ville. La future réglementation locale pourra encadrer ces dispositifs sur l'ensemble du territoire.



Présence du mobilier urbain supportant de la publicité, à gauche un mât porte-affiches, à droite un abribus – Fréjus, avril 2019

### **Enjeu n°5 : Améliorer et/ou maintenir la qualité des enseignes sur l'ensemble du territoire**

La future réglementation locale aura pour objectif de préserver les enseignes qualitatives du territoire et d'améliorer certaines enseignes ayant un impact sur le cadre de vie important. Une réglementation en nombre, en surface, en termes d'emplacement et d'utilisation pourra être envisagée dans le cadre de futur RLP de Fréjus.

### **Enjeu n°6 : Encadrer l'alignement des enseignes et leur intégration paysagère notamment dans le centre-ville**

L'observation des enseignes de type parallèle et perpendiculaire amène à la question de l'alignement des enseignes par rapport au premier niveau du bâtiment dans lequel se trouve l'activité. Les images suivantes illustrent les questions que pose l'intégration paysagère liée à l'alignement des enseignes.



Alignement des enseignes, à gauche enseignes perpendiculaires non alignées et fixées au-dessus du premier niveau du bâtiment, à droite alignement des enseignes – Fréjus, avril 2019

**Enjeu n°7 : Encadrer les enseignes scellées au sol ou installées sur le sol impactant fortement le paysage urbain**

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol pourront être encadrées notamment en matière de surface. Par ailleurs, des secteurs privilégiés pourront être déterminés pour autoriser l'utilisation de ces dispositifs. La mise en place de règles spécifiques dédiées aux enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de moins d'un mètre carré pourra également être envisagée.



Enseignes scellées au sol impactant le paysage – Fréjus, avril 2019

**Enjeu n°8 : La place des dispositifs lumineux sur le territoire**

L'objectif est de pouvoir encadrer les publicités lumineuses sur le territoire. La réglementation nationale pose une plage d'extinction nocturne entre 1h et 6h. Cette plage pourra donc être réduite ou adaptée et étendue aux enseignes. A ce titre, une attention particulière doit être portée aux enseignes dont l'impact sur le paysage est particulièrement polluant. En effet, ces dispositifs consomment de l'énergie et peuvent générer des nuisances visuelles du fait du défilement d'images ou de vidéos.



A gauche publicité numérique, à droite enseigne numérique – Fréjus, avril 2019

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

### 1. Les objectifs

Par une délibération de prescription de la révision du Règlement Local de Publicité (RLP), en date du 25 septembre 2018, la commune de Fréjus a fixé les objectifs suivants :

- Dédensifier les supports publicitaires aux abords de certaines voies et dans des secteurs surchargés en dispositifs de cette nature ;
- D'autoriser éventuellement la mise en place de panneaux publicitaires aux abords de voies de desserte de zones commerciales, artisanales ou économiques non encore ouvertes à la publicité dans le dessein de permettre aux professionnels présents sur ces zones de promouvoir leurs activités par le biais de ces supports ;
- D'éviter l'implantation de panneaux publicitaires dans des secteurs protégés ou sauvegardés ;
- De limiter la présence de ces dispositifs dans le champ de visibilité de certains sites ou monuments ;
- De formuler des règles spécifiques pour les entrées de ville, les carrefours (giratoires ou pas) ainsi que les abords des établissements scolaires ;
- D'éviter le phénomène dit « d'empilement » en renforçant les règles d'interdistance entre les dispositifs ;
- D'élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et d'esthétique des dispositifs publicitaires ;
- D'améliorer l'intégration des enseignes et préenseignes dans le paysage urbain, en particulier et surtout dans le centre historique et à l'intérieur du SPR de Fréjus ;
- De limiter en nombre et en surface cumulée les enseignes signalant une activité déterminée ;
- De prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage disponibles.

## 2. Les orientations

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

**Orientation n°1** : Préserver les espaces peu touchés par la pression liée à la publicité extérieure (quartiers pavillonnaires, résidentiels, espaces hors agglomération, etc.) ;

**Orientation n°2** : Déroger aux interdictions relatives de publicités de manière limitative en autorisant uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain et faire respecter les interdictions absolues de publicité instituées par le Code de l'environnement ;

**Orientation n°3** : Limiter l'impact des dispositifs publicitaires en réduisant la densité et/ou le format de ces dispositifs ;

**Orientation n°4** : Réglementer les enseignes sur toiture, sur clôture et scellées au sol ou installées directement sur le sol sur l'ensemble du territoire ;

**Orientation n°5** : Travailler sur la qualité des enseignes parallèle et perpendiculaire notamment en centre-ville et en secteurs protégés ;

**Orientation n°6** : Encadrer l'utilisation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

**Orientation n°7** : Limiter l'impact des dispositifs lumineux y compris numériques.

## 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 en cohérence avec les caractéristiques et enjeux du territoire de la ville de Fréjus. Ainsi, les 4 zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le secteur de l'AVAP de Fréjus situé en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver ainsi que les Avenues de l'Agachon, du 8 mai 1945, de port-Fréjus, de Lattre de Tassigny, de Valescure, Giraud, Calliès, de la Corniche d'Azur, Boulevard de la Mer, d'Alger de la Libération, Rues des Batteries, du Mal Leclerc, des Forces Françaises Libres, Einaudi, RN7 en direction de Mandelieu, RD559, Ports de Fréjus et de Saint-Aygulf, Base Nature, RDN7 en direction de Puget S/Argens (côté Sud). Le zonage des axes précités, s'étend sur 50m de part et d'autre de l'axe.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre l'agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants, en dehors de la ZP1 et de la ZP4.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les agglomérations secondaires comptant moins de 10 000 habitants et la zone d'activités du Capitou.
- La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les zones d'activités des Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes ainsi que les axes structurants suivants : l'Avenue Léotard, Avenue de Provence, Avenue Foucou, Rues de l'Avelan, Donnadiou, Brosset, d'Agay, Giono, des Combattants d'Afrique du Nord, RDN7 entrée ouest (côté Nord). Le zonage des axes précités, s'étend sur 50m de part et d'autre de l'axe.

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 exception<sup>27</sup>.

Dans le cas où un espace serait soumis à plusieurs réglementations locales, la réglementation la plus permissive doit être privilégiée.

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017<sup>28</sup>, les surfaces maximales évoquées ci-après pour les 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 indications contraires.

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy<sup>29</sup>, 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.

<sup>27</sup> Cf. p. 19 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

<sup>28</sup> : CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE 8 novembre 2017, n°408801.

<sup>29</sup> CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

Sur le domaine ferroviaire la collectivité a choisi de tenir compte des dispositifs existants afin de maintenir l'état actuel du territoire. Ainsi seules 6 dispositifs publicitaires, uniquement scellés au sol ou installées directement sur le sol, peuvent être installés sur cet espace. Ces dispositifs ne peuvent excéder un format de 2m<sup>2</sup> ni s'élever à plus de 3m de hauteur au sol. L'objectif de cette réglementation locale est de préserver l'existant sans possibilité d'installation supplémentaire.

En ZP1 (AVAP, sites et voies à préserver), la collectivité a souhaité préserver la qualité de son cadre de vie et de son patrimoine historique et architectural. Ainsi, aucune publicité n'est autorisée dans ce secteur excepté la publicité apposée sur mobilier urbain et celle apposée sur les bâches de chantier. Dans les périmètres de protection aux abords des monuments historiques classés et inscrits, la collectivité a souhaité interdire toute publicité excepté la publicité apposée à titre accessoire sur mobilier urbain et publicité apposée sur bâche de chantier (sans condition de co-visibilité<sup>30</sup>) dans les conditions définies ci-avant. L'objectif de cette réglementation locale est de tenir compte du patrimoine architectural particulièrement riche présent sur Fréjus (28 monuments historiques classés ou inscrits présents sur le territoire, un Site Patrimonial Remarquable (AVAP subdivisée en 5 secteurs), et 2 sites inscrits). Par ailleurs, la collectivité a tenu compte de la mission remplie par le mobilier urbain, qui est « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publique répondant à un besoin des habitants de la commune*<sup>31</sup> », supportant, à titre accessoire, de la publicité en réintroduisant ce type de dispositifs publicitaires au sein de ces secteurs caractéristiques de la qualité du cadre de vie du territoire de Fréjus. Cette réglementation locale tient donc compte des besoins générés par le mobilier urbain et du patrimoine environnant.

Lorsqu'elle est située en secteur 1 de l'AVAP et en agglomération, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 2 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite dans cette zone.

Lorsqu'elle est située en dehors du secteur n°1 de l'AVAP mais toujours en AVAP et en agglomération, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite dans cette zone.

Lorsqu'elle est située en dehors de l'AVAP et en agglomération, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée dans cette zone, dans les conditions fixées ci-avant.

---

<sup>30</sup> « En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci » (condition cumulatives formulées à l'article L.621-30 du Code de patrimoine).

<sup>31</sup> Réponse parlementaire du 20/03/2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23/11/2010.

En ZP2 (agglomération principale), la collectivité a décidé de mettre en place une réglementation adaptée à des espaces où subsiste peu de pression en matière de publicité. En effet, la publicité apposée sur mur ou clôture, la publicité numérique (excepté lorsqu'elle est supportée par le mobilier urbain) et la publicité sur bâche (sauf bâche de chantier) y sont interdites. L'objectif de cette réglementation est de pérenniser l'action de l'ancien RLP tout en maîtrisant l'implantation de nouveaux dispositifs publicitaires. A ce titre, la publicité apposée sur mur ou clôture est autorisée dans la limite de 4 mètres carrés d'affiche, 4,5 mètres carrés, encadrement compris, et 6 mètres de hauteur. L'implantation des publicités apposées sur mur ou clôture ne peut être faite à moins de 50 cm des arêtes du mur ou de la clôture aveugle. L'objectif de cette règle locale est de proposer une harmonisation de la réglementation entre la ZP2 (agglomération principale) et la ZP3 (agglomération secondaire et zone d'activités du Capitou) en ce qui concerne la publicité apposée sur mur ou clôture. Quant à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, celle-ci reste autorisée dans la limite de 8 mètres carrés d'affiche, 10,5 mètres carrés encadrement compris et 6 mètres de hauteur.

La règle de densité est également renforcée et simplifiée pour n'autoriser qu'une seule publicité par mur dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire supérieur ou égal à 25 mètres. Lorsque le linéaire de l'unité foncière excède 100 mètres, un dispositif publicitaire supplémentaire est autorisé, dans la limite de deux publicités par unité foncière.

Enfin, concernant la publicité apposée sur mobilier urbain, celle-ci est régie par la réglementation nationale<sup>32</sup> 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 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. La publicité apposée sur mobilier urbain peut être numérique. Elle doit également respecter les prescriptions de surface et hauteur énoncées ci-avant.

En ZP3 (agglomération secondaire et zone d'activités du Capitou), la collectivité a tenu compte des interdictions posées par la réglementation nationale afin de mettre en place une réglementation locale qui tienne compte des besoins de signalisation des acteurs économiques dans ces espaces. Seule la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite dans cette zone. En effet, la publicité sur bâche (y compris sur bâche de chantier), la publicité numérique et la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sont déjà interdites dans les agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou au titre du Code de l'environnement<sup>33</sup>. La surface de la publicité apposée sur mur ou clôture est maintenue à 4 mètres carrés (encadrement compris), et est limitée à 6m de hauteur au sol<sup>34</sup>. La publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale<sup>35</sup> excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, elle est encadrée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 et ZP2.

---

<sup>32</sup> Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement.

<sup>33</sup> Les agglomérations secondaires comptent moins de 10 000 habitants. Entre autres, les articles R.581-26, R.581-31, R.581-34, R.581-53 du Code de l'environnement s'appliquent.

<sup>34</sup> L'articles R.581-26 limite déjà la publicité apposée sur mur ou clôture à 4 mètres carrés dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

<sup>35</sup> Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement.

En ZP4 (zones d'activités) la collectivité a souhaité concilier la préservation de son cadre de vie avec les besoins des acteurs économiques présents sur le territoire. La publicité apposée sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite. Les publicités apposées sur mur et scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés, encadrement compris, sans excéder 6 mètres de hauteur au sol. La publicité apposée sur mur et scellée au sol ou installée directement sur le sol n'est autorisée que sur les unités foncières dont le linéaire est supérieur ou égal à 20 m, dans la limite d'un seul dispositif publicitaire. Lorsque le linéaire de l'unité foncière excède 100 mètres un dispositif publicitaire supplémentaire est autorisé dans la limite de 2 publicités par unité foncière maximum. L'objectif de cette règle est de tenir compte des caractéristiques des unités foncières généralement plus importantes en zones d'activités.

Afin de limiter leur impact sur le paysage, la publicité sur bâche (autre que sur bâche de chantier) est autorisée dans la limite de 12 mètres carrés. La publicité numérique est également autorisée dans cette zone, dans un format de 6 mètres carrés maximum, encadrement compris, et de 6 mètres de hauteur

Enfin, la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est autorisée dans la limite de 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Le mobilier urbain peut supporter de la publicité numérique. Cette réglementation locale découle de la réflexion de la commune sur l'aménagement et l'impact du mobilier urbain dans l'espace public. L'objectif de ces règles est donc de trouver un juste équilibre entre la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie et la protection des paysages.

L'ensemble des publicités et préenseignes, y compris le mobilier urbain, conformément à la réglementation nationale, est soumise à la plage d'extinction nocturne. Les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain de type « *abribus* » (abris destinés au public), sont éteintes entre 1 heure et 6 heures toute l'année.

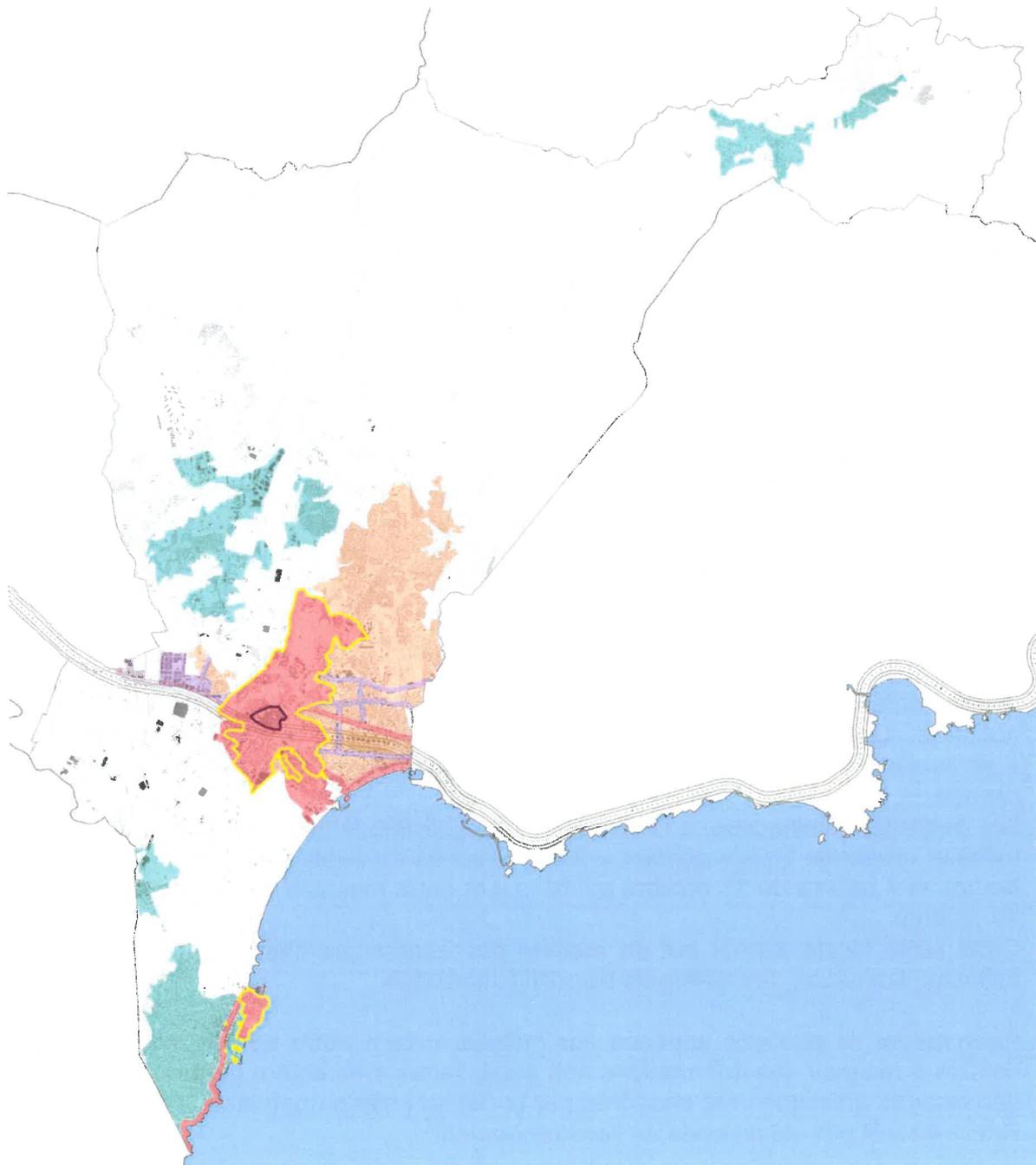
Les publicités lumineuses, à l'exception des publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain de type « *abribus* » (abris destinés au public), sont éteintes entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai et entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

Cette règle locale a pour but de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs lumineux.

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'environnement<sup>43</sup>.

Les différentes zones sont délimitées sur les cartes ci-dessous :

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de Fréjus



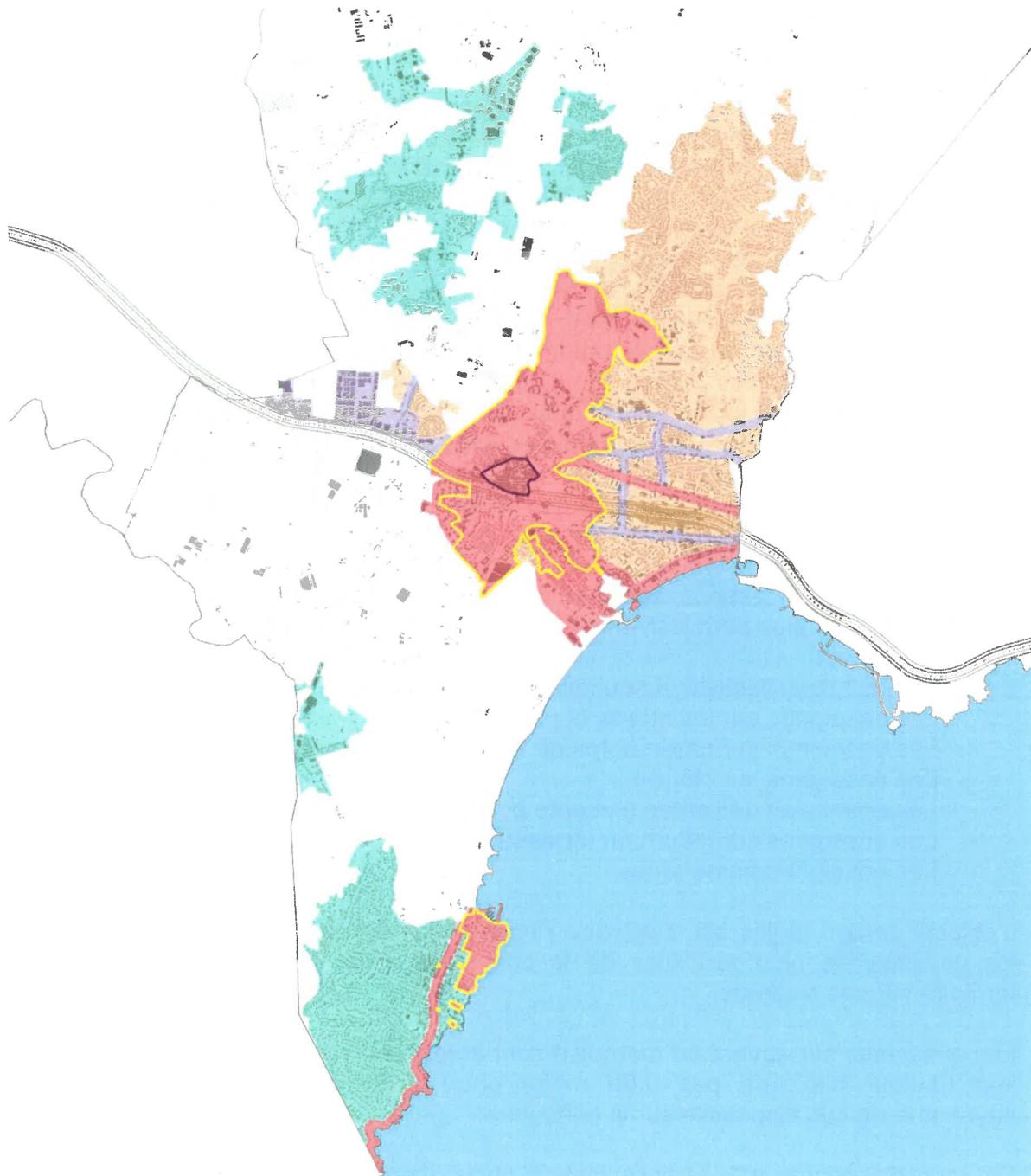
### Légende

- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver
- Site Patrimonial Remarquable de la ZP1 et en agglomération
- Secteur 1 du Site Patrimonial Remarquable (noyau historique)
- ZP2 : Agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants, en dehors de la ZP1 et de la ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires comptant moins de 10 000 habitants et la zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités des Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et les axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes interdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)



Source :  
 Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
 Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab - Commune de Fréjus  
 Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil / Novembre 2019

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de Fréjus



### Légende

- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver
- Site Patrimonial Remarquable de la ZP1 et en agglomération
- Secteur 1 du Site Patrimonial Remarquable (noyau historique)
- ZP2 : Agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants, en dehors de la ZP1 et de la ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires comptant moins de 10 000 habitants et la zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités des Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et les axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes intrdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)



Source :  
 Zones d'agglomération : bureau  
 d'étude GoPub Conseil  
 Parcellaire, bâti et commune : PCI -  
 Etalab - Commune de Fréjus  
 Réalisation : bureau d'étude GoPub  
 Conseil / Novembre 2019

## 2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et les problématiques paysagères de celui-ci, le zonage choisi pour les enseignes définit 3 zones d'enseignes spécifiques :

- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) couvre le secteur de l'AVAP de Fréjus situé en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver ainsi que les espaces situés en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3.
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) couvre les axes structurants suivants Av. Léotard, Av. de Provence, Av. Foucou, Rues de l'Avelan, Donnadiou, Brosset, d'Agay, Giono, des Combattants d'Afrique du Nord, RDN7 entrée ouest (côté Nord), les Avenues de l'Agachon, du 8 mai 1945, de port-Fréjus, de Lattre de Tassigny, de Valescure, Giraud, Calliès, de la Corniche d'Azur, Boulevard de la Mer, d'Alger de la Libération, Rues des Batteries, du Mal Leclerc, des Forces Françaises Libres, Einaudi, RN7 en direction de Mandelieu, RD559, Ports de Fréjus et de Saint-Aygulf, Base Nature, RDN7 en direction de Puget S/Argens (côté Sud). Le zonage des axes précités, s'étend sur 50m de part et d'autre de l'axe.
- La zone d'enseigne n°3 (ZE3) couvre les zones d'activités : Les Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes ainsi que la zone d'activités du Capitou.

Dans le cas où un espace serait soumis à plusieurs réglementations locales, la réglementation la plus permissive doit être privilégiée.

En ZE1 et ZE2, la collectivité a souhaité interdire :

- Les enseignes sur les arbres et plantations ;
- Les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur clôture ;
- Les enseignes défilantes (excepté pour les services d'urgence et pharmacie) ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les enseignes numériques.

L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs sur les espaces les plus sensibles de la commune et de maintenir l'état actuel du territoire sur ces secteurs.

Les enseignes sur auvent ou marquise sont autorisées sur l'ensemble du territoire si leur hauteur n'excède pas 0,60 mètre pour privilégier une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs sur la commune.

En zone d'enseigne n°1, la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes parallèles au mur afin que leur implantation soit respectueuse des bâtiments sur lesquels elles sont installées. L'implantation des enseignes parallèles au mur doit se faire en dessous des limites du plancher du 1er étage pour les activités exercées en rez-de-chaussée. La réglementation des enseignes parallèles au mur est mise en cohérence avec le règlement de l'AVAP de Fréjus. Ainsi, les enseignes parallèles au mur sont limitées à une seule par façade d'activité, elles ne peuvent excéder la largeur de la vitrine et la hauteur des lettres peintes ou découpées est limitée à 0,35

mètre de hauteur maximum<sup>36</sup>. Cette réglementation locale prend également en compte certaines prescriptions de la CAUE du Var<sup>37</sup>.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par activité. Leur hauteur ne doit pas dépasser 0,50 mètre et la saillie de ces enseignes est limitée à 0,60 mètre maximum. Sauf incompatibilité, l'implantation des enseignes perpendiculaires au mur doit se faire dans l'alignement des enseignes parallèles au mur afin de respecter les lignes architecturales des bâtiments sur lesquels elles sont installées. Il s'agit également de préconisations que l'on retrouve dans la Charte des devantures commerciales et occupation domaniale public réalisée par le CAUE du Var<sup>38</sup>.

L'objectif de ces règles est de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser ce secteur à forte dominance patrimoniale. La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur ces espaces.

Toujours dans le but de préserver son patrimoine, la collectivité a choisi d'interdire les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en ZP1. Cependant, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à un mètre carré sont autorisées. Ces enseignes sont limitées à une par voie bordant l'activité et 1,20 mètre de hauteur maximum sur l'ensemble du territoire excepté dans l'emprise des ports ou ces dispositifs sont interdits. Cette réglementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique sur le territoire.

En zone d'enseigne n°2, la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes de manière moins restrictive tout en préservant le cadre de vie. Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par activité. Leur hauteur ne doit pas excéder 1 mètre (excepté pour les activités occupant la totalité d'un bâtiment) et leur saillie est limitée à 0,80 mètre maximum. L'objectif est de permettre une installation qualitative des enseignes sur les bâtiments sur lesquels elles sont apposées. Bien qu'autorisées, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré sont limitées à 4 mètres carrés et 4 mètres de hauteur. L'objectif est de limiter l'impact de ces dispositifs dans des secteurs peu soumis à la pression publicitaire. Ces enseignes ne peuvent être installées dans l'emprise des ports.

L'objectif de ces règles est de permettre de limiter l'impact de ces dispositifs sur leur environnement tout en harmonisant un certain nombre de règles sur l'ensemble du territoire.

En zone d'enseigne n°3, la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes de manière plus permissive que sur le reste du territoire afin de tenir compte de la préservation des paysages et des besoins des acteurs économiques locaux. A ce titre, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées dans la limite de 40 mètres carrés de surface cumulée. Quant aux enseignes perpendiculaires au mur, elles sont encadrées dans les mêmes conditions qu'en zone d'enseigne n°2. Ces

---

<sup>36</sup> Voir règlement d'AVAP, articles 2.2.15 à 2.2.18 des secteurs 1 « Noyau historique », 2 « Quartiers périphériques » et 5 « Saint-Aygulf », dudit règlement.

<sup>37</sup> Voir « Charte des devantures commerciales et occupation domaniale public », CAUE du VAR, août 2015, p.28 et 29.

<sup>38</sup> Voir « Charte des devantures commerciales et occupation domaniale public », CAUE du VAR, août 2015, p.30 et 31.

règles permettent de limiter l'implantation anarchique des enseignes sur les bâtiments sur lesquels elles sont apposées.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré sont autorisées sur cette zone excepté dans l'emprise des ports. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à un mètre carré sont encadrées dans les mêmes conditions qu'en zone d'enseigne n°1 et 2.

Enfin, les enseignes numériques sont autorisées en ZP3, uniquement si celles-ci sont des enseignes parallèles au mur et si leur surface n'excède pas à 1 mètre carré. L'objectif de cette règle est de limiter l'impact de ces dispositifs en proposant un cadre réglementaire à un type d'enseigne qui n'en bénéficie pas au titre de la réglementation nationale.

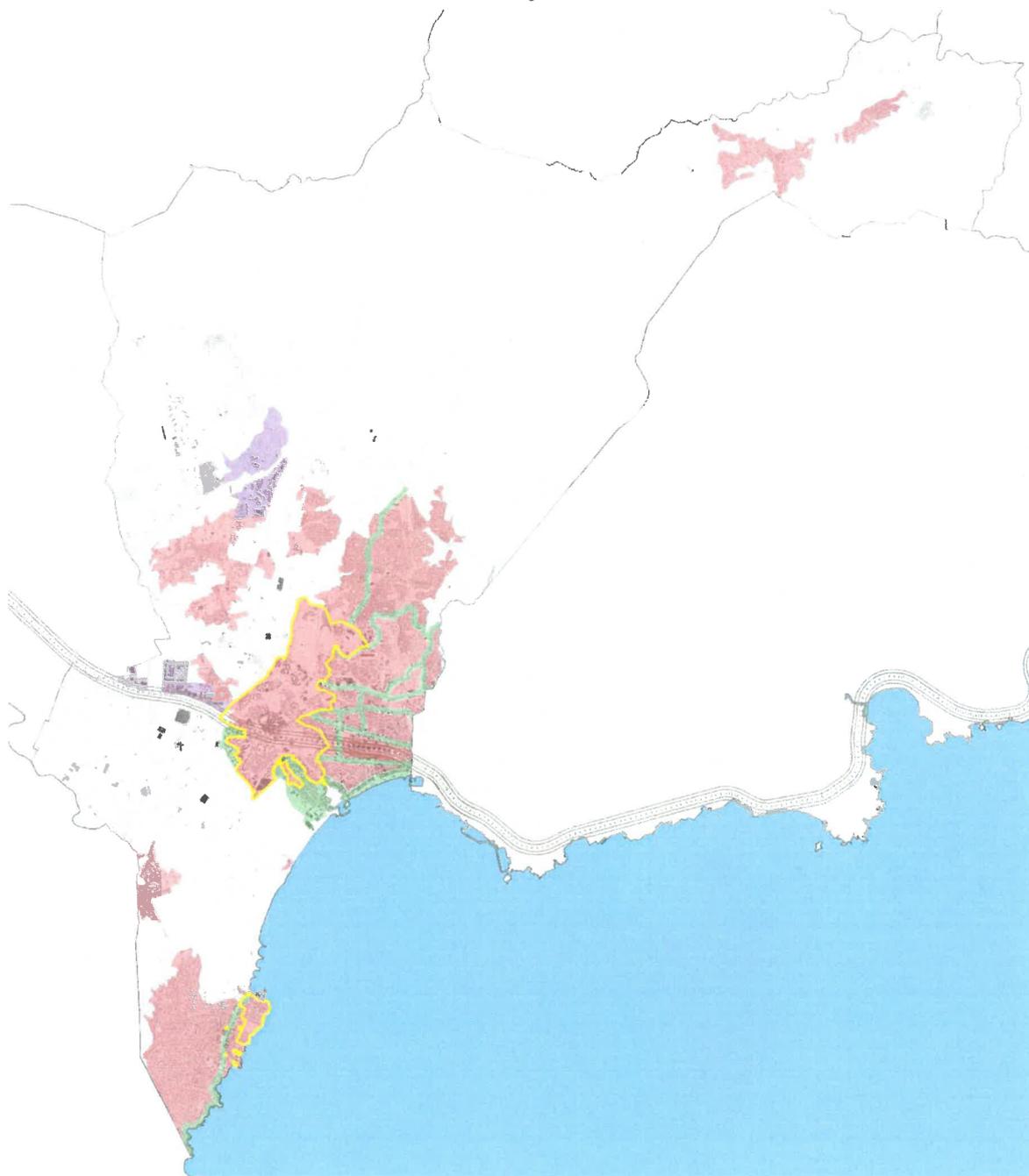
Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h et 07h00 entre le 15 octobre et le 14 mai et entre minuit et 6 heures en dehors de cette période. L'objectif est d'harmoniser la plage d'extinction nocturne pour préserver le paysage nocturne.

La commune 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 ZE1 pour mettre en valeur le patrimoine naturel de la commune.

L'ensemble de ces règles ont été établies 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.

Les différentes zones sont délimitées sur les cartes ci-dessous :

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de Fréjus



### Légende

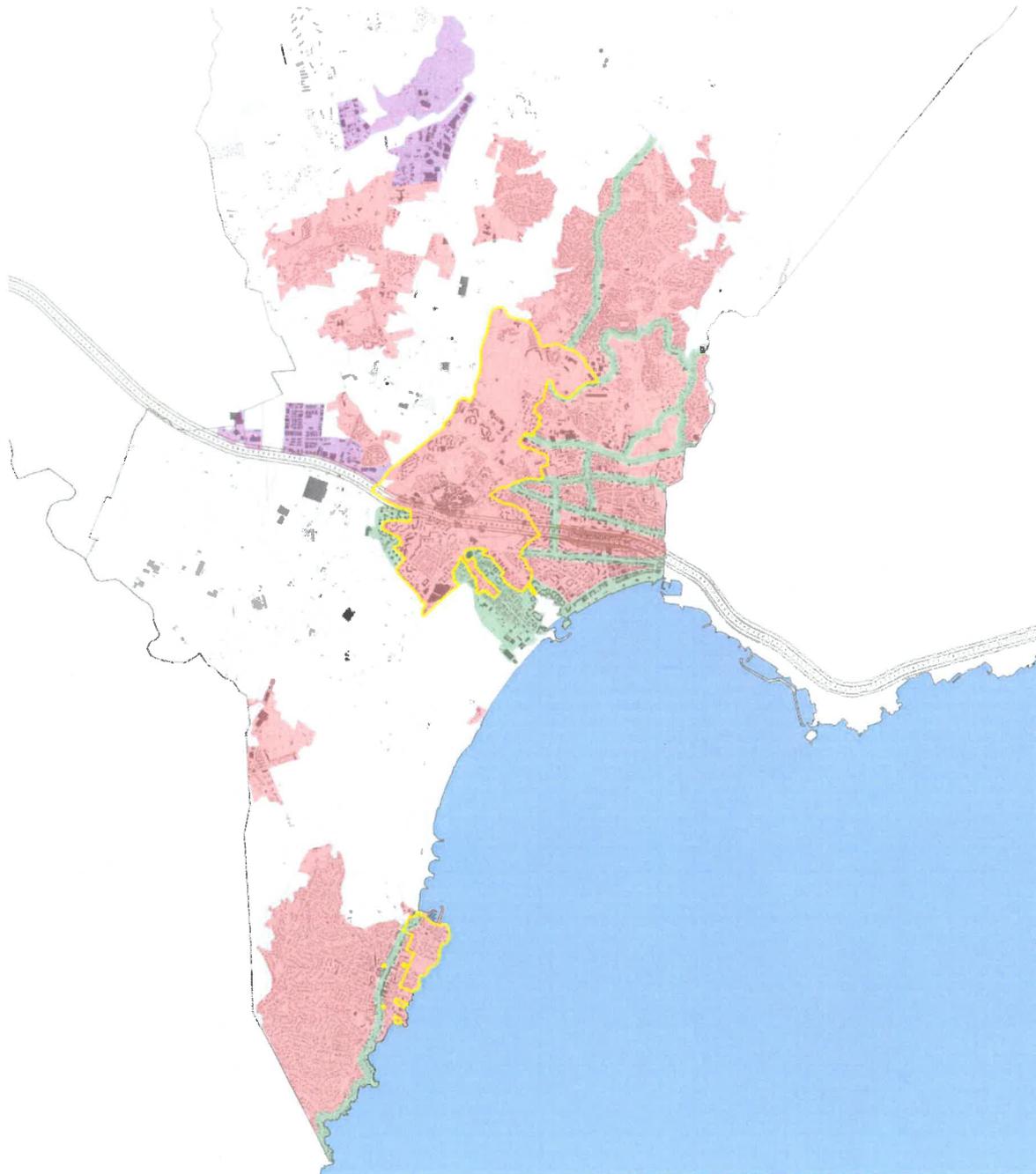
- ZE1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus situé en agglomération, les sites, espaces patrimoniaux à préserver et les espaces en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3
- Site Patrimonial Remarquable de la ZE1 et en agglomération
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités Les Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et du Capitou.  
Espaces hors agglomération encadrés dans les mêmes conditions que la ZE1



0 1 2 km

Source :  
Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil / Novembre 2019

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de Fréjus



### Légende

- ZE1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus situé en agglomération, les sites, espaces patrimoniaux à préserver et les espaces en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3
- Site Patrimonial Remarquable de la ZE1 et en agglomération
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités Les Escapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et du Capitou.  
Espaces hors agglomération encadrés dans les mêmes conditions que la ZE1



Source :  
Zones d'agglomération : bureau  
d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI -  
Etalab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub  
Conseil / Novembre 2019

PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Département du Var

Commune de Fréjus

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 2 : partie règlementaire

Version arrêtée



# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Sommaire

<b>Titre 1 : Champ d'application et zonage .....</b>	<b>5</b>
Article 1 Champ d'application territorial .....	5
Article 2 Portée du règlement .....	5
Article 3 Zonage .....	5
Article 4 Dispositions générales .....	6
Article 5 Dispositifs de petit format .....	7
Article 6 Publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain .....	7
Article 7 Publicité sur le domaine ferroviaire .....	7
<b>Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1 .....</b>	<b>8</b>
Article 8 Interdiction .....	8
Article 9 Dérogation .....	8
Article 10 Publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain .....	8
Article 11 Plage d'extinction nocturne .....	9
<b>Titre 3 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP2 .....</b>	<b>10</b>
Article 12 Interdiction .....	10
Article 13 Publicité apposée sur un mur ou une clôture .....	10
Article 14 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol .....	10
Article 15 Densité .....	10
Article 16 Publicité apposée sur mobilier urbain .....	11
Article 17 Plage d'extinction nocturne .....	11
<b>Titre 4 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3 .....</b>	<b>12</b>
Article 18 Interdiction .....	12
Article 19 Publicité apposée sur un mur ou une clôture .....	12
Article 20 Densité .....	12
Article 21 Publicité apposée sur mobilier urbain .....	12
Article 22 Plage d'extinction nocturne .....	13

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

<b>Titre 5 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4.....</b>	<b>14</b>
Article 23 Interdiction.....	14
Article 24 Publicité apposée sur un mur ou une clôture.....	14
Article 25 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol.....	14
Article 26 Publicité numérique.....	14
Article 27 Densité.....	15
Article 28 Bâche publicitaire.....	15
Article 29 Publicité apposée sur mobilier urbain.....	15
Article 30 Plaque d'extinction nocturne.....	15
<b>Titre 6 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE1 .....</b>	<b>16</b>
Article 31 Interdiction.....	16
Article 32 Enseigne sur auvent ou marquise.....	16
Article 33 Enseigne parallèle au mur.....	16
Article 34 Enseigne perpendiculaire au mur .....	16
Article 35 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	17
Article 36 Enseigne lumineuse .....	17
<b>Titre 7 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE2 .....</b>	<b>18</b>
Article 37 Interdiction.....	18
Article 38 Enseigne sur auvent ou marquise.....	18
Article 39 Enseigne perpendiculaire au mur .....	18
Article 40 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	18
Article 41 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	19
Article 42 Enseigne lumineuse .....	19
<b>Titre 8 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE3 .....</b>	<b>20</b>
Article 43 Interdiction.....	20
Article 44 Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu .....	20
Article 45 Enseigne sur auvent ou marquise.....	20
Article 46 Enseigne perpendiculaire au mur .....	20
Article 47 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	20

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Article 48 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	21
Article 49 Enseigne lumineuse .....	21
<b>Titre 9 : Dispositions applicables aux enseignes temporaires.....</b>	<b>22</b>
Article 50 Enseignes temporaires .....	22

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Titre 1 : Champ d'application et zonage

### Article 1 Champ d'application territorial

Le présent règlement s'applique au territoire de la commune de Fréjus.

### Article 2 Portée du règlement

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement vient restreindre les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas aux dispositifs réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Les dispositions nationales non restreintes par le présent règlement restent applicables dans leur totalité.

### Article 3 Zonage

4 zones de publicité sont instituées sur le territoire communal.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le secteur de l'AVAP de Fréjus située en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver ainsi que les Avenues de l'Agachon, du 8 mai 1945, de port-Fréjus, de Lattre de Tassigny, de Valescure, Giraud, Calliès, de la Corniche d'Azur, Boulevard de la Mer, d'Alger de la Libération, Rues des Batteries, du Mal Leclerc, des Forces Françaises Libres, Einaudi, RN7 en direction de Mandelieu, RD559, Ports de Fréjus et de Saint-Aygulf, Base Nature, RDN7 en direction de Puget S/Argens (côté Sud). Le zonage des axes précités, s'étend sur 50m de part et d'autre de l'axe.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre l'agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants, en dehors de la ZP1 et de la ZP4.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les agglomérations secondaires comptant moins de 10 000 habitants et la zone d'activités du Capitou.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les zones d'activités des Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes ainsi que les axes structurants suivants : l'Avenue Léotard, Avenue de Provence, Avenue Foucou, Rues de l'Avelan, Donnadiou, Brosset, d'Agay, Giono, des Combattants d'Afrique du Nord, RDN7 entrée ouest (côté Nord). Le zonage des axes précités, s'étend sur 50m de part et d'autre de l'axe.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

3 zones d'enseignes sont instituées sur le territoire communal.

La zone d'enseigne n°1 (ZE1) couvre le secteur de l'AVAP de Fréjus situé en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver ainsi que les espaces situés en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3.

La zone d'enseigne n°2 (ZE2) couvre les axes structurants suivants Av. Léotard, Av. de Provence, Av. Foucou, Rues de l'Avelan, Donnadieu, Brosset, d'Agay, Giono, des Combattants d'Afrique du Nord, RDN7 entrée ouest (côté Nord), les Avenues de l'Agachon, du 8 mai 1945, de port-Fréjus, de Lattre de Tassigny, de Valescure, Giraud, Calliès, de la Corniche d'Azur, Boulevard de la Mer, d'Alger de la Libération, Rues des Batteries, du Mal Leclerc, des Forces Françaises Libres, Einaudi, RN7 en direction de Mandelieu, RD559, Ports de Fréjus et de Saint-Aygulf, Base Nature, RDN7 en direction de Puget S/Argens (côté Sud). Le zonage des axes précités, s'étend sur 50m de part et d'autre de l'axe.

La zone d'enseigne n°3 (ZE3) couvre les zones d'activités : Les Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes ainsi que la zone d'activités du Capitou.

Ces zones sont délimitées sur les documents graphiques.

### Article 4 Dispositions générales

Les dispositifs publicitaires, excepté la publicité apposée sur mobilier urbain, les enseignes et les préenseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de l'environnement :

- Les encadrements des dispositifs publicitaires et préenseignes, excepté la publicité apposée sur mobilier urbain, doivent être réalisés en couleur neutres et teintes discrètes. Les teintes de gris (RAL 7000) et marron (RAL 8000) seront privilégiées. Les couleurs fluorescentes sont interdites.
- Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement amovibles et/ou repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser. Les passerelles, échelles, jambes de force, gouttières à colle ou tous autres dispositifs annexes fixes demeurent proscrits. Cette interdiction ne s'applique pas aux aménagements d'éclairages.
- Les dispositifs publicitaires et préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol doivent être mono-pieds. Le pied ne peut excéder 0,80 mètre de large.
- Les enseignes ne doivent pas recouvrir ou masquer les éléments architecturaux (modénatures, éléments décoratifs de façade etc.) des bâtiments sur lesquels elles sont apposées.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 5 Dispositifs de petit format

Les dispositifs de petit format lumineux sont interdits.

Les dispositifs de petit format doivent être implantés sur le mur qui les supporte ou sur un plan parallèle à ce mur.

Les dispositifs de petit format ont une surface unitaire inférieure à 0,5 mètre carré. Ils sont limités à un seul par devanture commerciale.

### Article 6 Publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP.

### Article 7 Publicité sur le domaine ferroviaire

Les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont les seuls dispositifs autorisés sur le domaine ferroviaire.

Lorsqu'elles sont installées sur le domaine ferroviaire, les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent avoir une surface excédant 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Sur l'ensemble du domaine ferroviaire les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à 6 dispositifs maximum dont :

- 2 dispositifs maximum dans le périmètre de la gare ;
- 4 dispositifs maximum hors périmètre de l'AVAP pour tout le reste du domaine ferroviaire situé en agglomération.

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°1.

### Article 8 Interdiction

Toute publicité est interdite excepté celle installée à titre accessoire sur le mobilier urbain, apposée sur des palissades de chantier ou apposée sur bâche de chantier.

### Article 9 Dérogation

Par dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, la publicité demeure interdite excepté celle installée à titre accessoire sur le mobilier urbain, ou apposée sur des palissades de chantier ou apposée sur bâche de chantier.

### Article 10 Publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain

Lorsqu'elle est située en secteur 1 de l'AVAP et en agglomération, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 2 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite dans cette zone.

Lorsqu'elle est située en dehors du secteur n°1 de l'AVAP mais toujours en AVAP et en agglomération, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite dans cette zone.

Lorsqu'elle est située en dehors de l'AVAP et en agglomération, la publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée dans cette zone, dans les conditions fixées au présent paragraphe.

La publicité apposée sur le mobilier urbain est soumise à une plage d'extinction nocturne conformément à l'article 11 du présent règlement.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 11 Plage d'extinction nocturne

Les publicités lumineuses supportées par les abris destinés au public sont éteintes entre 1 heure et 6 heures toute l'année.

Les publicités lumineuses, à l'exception de celles apposées sur les abris destinés au public, sont éteintes :

- entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai ;
- entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Titre 3 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP2

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°2.

#### Article 12 Interdiction

Sont interdites :

- Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les bâches publicitaires excepté les bâches de chantier ;
- Les publicités numériques excepté celles apposées sur mobilier urbain.

#### Article 13 Publicité apposée sur un mur ou une clôture

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés d’affiche et 4,5 mètres carrés encadrement compris, ni s’élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture.

La publicité lumineuse apposée sur un mur ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés d’affiche et 4,5 mètres carrés encadrement compris, ni s’élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité lumineuse apposée sur un mur ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur.

#### Article 14 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés d’affiche et 10,5 mètres carrés encadrement compris, ni s’élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol comportant une seule face d’affichage doivent recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée.

#### Article 15 Densité

La règle de densité concerne :

- les publicités non lumineuses apposées sur un mur ou une clôture ;
- les publicités lumineuses apposées sur un mur ;
- les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est supérieur ou égal à 25 mètres, il peut être installé :

- soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol lumineux ou non ;
- soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ;
- soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 100 mètres linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire, dans la limite de deux dispositifs publicitaires par unité foncière.

### Article 16 Publicité apposée sur mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain peut être numérique.

La publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité apposée sur le mobilier urbain est soumise à une plage d'extinction nocturne conformément à l'article 17 du présent règlement.

### Article 17 Plage d'extinction nocturne

Les publicités lumineuses supportées par les abris destinés au public sont éteintes entre 1 heure et 6 heures toute l'année.

Les publicités lumineuses, à l'exception de celles apposées sur les abris destinés au public, sont éteintes :

- entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai ;
- entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Titre 4 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°3.

#### Article 18 Interdiction

Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

#### Article 19 Publicité apposée sur un mur ou une clôture

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés encadrement compris, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture.

La publicité lumineuse apposée sur un mur ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés encadrement compris, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité lumineuse apposée sur un mur ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur.

#### Article 20 Densité

La règle de densité concerne :

- les publicités non lumineuses apposées sur un mur ou une clôture ;
- les publicités lumineuses apposées sur un mur.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, il peut être installé :

- soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ;
- soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.

#### Article 21 Publicité apposée sur mobilier urbain

La publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité apposée sur le mobilier urbain est soumise à une plage d'extinction nocturne conformément à l'article 22 du présent règlement.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 22 Plage d'extinction nocturne

Les publicités lumineuses supportées par les abris destinés au public sont éteintes entre 1 heure et 6 heures toute l'année.

Les publicités lumineuses, à l'exception de celles apposées sur les abris destinés au public, sont éteintes :

- entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai ;
- entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Titre 5 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°4.

#### Article 23 Interdiction

Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

#### Article 24 Publicité apposée sur un mur ou une clôture

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés encadrement compris, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture.

La publicité lumineuse apposée sur un mur ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés encadrement compris, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité lumineuse apposée sur un mur ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur.

#### Article 25 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés d'affiche et 10,5 mètres carrés encadrement compris, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol comportant une seule face d'affichage doivent recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée.

#### Article 26 Publicité numérique

Une publicité numérique scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 6 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Une publicité numérique apposée sur un mur aveugle ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 6 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 27 Densité

La règle de densité concerne :

- les publicités non lumineuses apposées sur un mur ou une clôture ;
- les publicités lumineuses apposées sur un mur ;
- les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est supérieur ou égal à 25 mètres, il peut être installé :

- soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol lumineux ou non ;
- soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ;
- soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 100 mètres linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire, dans la limite de deux dispositifs publicitaires par unité foncière.

### Article 28 Bâche publicitaire

Les bâches publicitaires ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés.

### Article 29 Publicité apposée sur mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain peut être numérique.

La publicité apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface excédant 8 mètres carrés d'affiche, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité apposée sur le mobilier urbain est soumise à une plage d'extinction nocturne conformément à l'article 30 du présent règlement.

### Article 30 Plage d'extinction nocturne

Les publicités lumineuses supportées par les abris destinés au public sont éteintes entre 1 heure et 6 heures toute l'année.

Les publicités lumineuses, à l'exception de celles apposées sur les abris destinés au public, sont éteintes :

- entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai ;
- entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Titre 6 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE1

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone d'enseignes n°1 et hors agglomération.

### Article 31 Interdiction

Les enseignes sont interdites sur :

- les arbres et les plantations ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les clôtures ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, les enseignes défilantes, excepté pour les services d'urgence et pharmacie, et les enseignes numériques sont interdites.

Les caissons lumineux, les enseignes diffusantes, les lettrages et traits lumineux de type néon sont également interdits.

### Article 32 Enseigne sur auvent ou marquise

Les enseignes sur auvents ou marquise ne peuvent excéder 0,60 mètre de hauteur.

### Article 33 Enseigne parallèle au mur

Les enseignes parallèles au mur ne doivent pas être implantée au-dessus des limites du plancher du 1<sup>er</sup> étage pour les activités situées en rez-de-chaussée.

Les enseignes parallèles sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité.

L'enseigne parallèle ne peut excéder la largeur des baies.

La hauteur du lettrage est limitée à 0,35 mètre.

### Article 34 Enseigne perpendiculaire au mur

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité.

L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 0,60 mètre.

La hauteur de l'enseigne perpendiculaire ne peut excéder 0,50 mètre.

Sauf incompatibilité, l'enseigne perpendiculaire doit être implantée au même niveau que l'enseigne parallèle au mur.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 35 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol.

### Article 36 Enseigne lumineuse

Entre le 15 octobre et le 14 mai :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures ;
- lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Entre le 15 mai et le 14 octobre :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre minuit et 6 heures ;
- lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Titre 7 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE2

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone d'enseignes n°2.

#### Article 37 Interdiction

Les enseignes sont interdites sur :

- les arbres et les plantations ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les clôtures ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

Les enseignes défilantes, excepté pour les services d'urgence et pharmacie, et les enseignes numériques sont interdites.

#### Article 38 Enseigne sur auvent ou marquise

Les enseignes sur auvents ou marquise ne peuvent excéder 0,60 mètre de hauteur.

#### Article 39 Enseigne perpendiculaire au mur

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité.

L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 0,80 mètre.

La hauteur de l'enseigne perpendiculaire ne peut excéder 1 mètre, à l'exception des activités occupant la totalité d'un bâtiment.

#### Article 40 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont interdites dans l'emprise des ports.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés lorsqu'elles sont situées en agglomération.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 41 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont interdites dans l'emprise des ports.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol.

### Article 42 Enseigne lumineuse

Entre le 15 octobre et le 14 mai :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures ;
- lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Entre le 15 mai et le 14 octobre :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre minuit et 6 heures ;
- lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Titre 8 : Dispositions applicables aux enseignes en ZE3

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone d'enseignes n°3.

### Article 43 Interdiction

Les enseignes sont interdites sur :

- les arbres et les plantations ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les clôtures.

### Article 44 Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu

La surface cumulée des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ne peut excéder 40 mètres carrés.

La hauteur des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ne peut dépasser 3 mètres.

### Article 45 Enseigne sur auvent ou marquise

Les enseignes sur auvents ou marquise ne peuvent excéder 0,60 mètre de hauteur.

### Article 46 Enseigne perpendiculaire au mur

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité.

L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport, au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 0,80 mètre.

La hauteur de l'enseigne perpendiculaire ne peut excéder 1 mètre, à l'exception des activités occupant la totalité d'un bâtiment.

Les enseignes perpendiculaires au mur défilantes, excepté pour les services d'urgence et pharmacie, sont interdites.

### Article 47 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont interdites dans l'emprise des ports.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Article 48 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont interdites dans l'emprise des ports.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol.

### Article 49 Enseigne lumineuse

Entre le 15 octobre et le 14 mai :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures ;
- lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Entre le 15 mai et le 14 octobre :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre minuit et 6 heures ;
- lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h00 et 08h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Seules les enseignes parallèles numériques sont autorisées. Elles sont limitées à une seule par activité et 1 mètre carré maximum.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

### Titre 9 : Dispositions applicables aux enseignes temporaires

Ces dispositions sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.

#### Article 50 Enseignes temporaires

Les enseignes sont interdites sur :

- les arbres et les plantations ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toiture ou terrasse en tenant lieu ;

Les enseignes temporaires défilantes et les enseignes temporaires numériques sont interdites.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol signalant des opérations ou manifestation de moins de 3 mois sont interdites.

Les enseignes temporaires sur clôture sont limitées en nombre à une par voie bordant l'activité. Leur surface ne peut excéder 4 mètres carrés.

PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Département du Var

Commune de Fréjus

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 3 : annexes

Version arrêtée



Sommaire

<b>Lexique .....</b>	<b>3</b>
<b>Arrêté fixant les limites de l'agglomération .....</b>	<b>6</b>
<b>Plan des limites d'agglomération .....</b>	<b>8</b>
<b>Plan de zonage du Règlement Local de Publicité.....</b>	<b>9</b>

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Lexique

Une **agglomération** est 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 (Art. R.110-2 du code de la route). Cependant, le Conseil d'État, dans un arrêt du 2 mars 1990, fait prévaloir, en cas de litige, la « *réalité physique* » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie de leur positionnement par rapport au bâti.

Un **auvent** est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Une **bâche de chantier** est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Une **bâche publicitaire** est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Une **clôture** désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Une **clôture aveugle** est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées. Cependant, il faut préciser que « *tout percement, dont les portes pleines, doit être considéré comme une ouverture. La jurisprudence a, en revanche, exclu les ouvertures obturées par les briques de verre qui ne constituent pas une ouverture* ». (Guide pratique, la réglementation de la publicité extérieure, ministère de l'Écologie du Développement Durable et de l'Énergie).

Une **clôture non aveugle** est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Une **enseigne** est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Une **enseigne lumineuse** est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Une **enseigne numérique** est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Une **enseigne temporaire** est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme enseignes temporaires, les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

Une **marquise** est un auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Le **mobilier urbain** comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Un **mur aveugle** est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures de moins de 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R-581-22 du code de l'environnement. Comme pour les clôtures aveugle « *tout percement, dont les portes pleines, doit être considéré comme une ouverture. La jurisprudence a, en revanche, exclut les ouvertures obturées par les briques de verre qui ne constituent pas une ouverture* ». (Guide pratique, la réglementation de la publicité extérieure, ministère de l'Écologie du Développement Durable et de l'Énergie).

Une **palissade de chantier** est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier. Elle peut également être composée d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé.

Une **préenseigne** est une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Une **préenseigne dérogatoire** est une préenseigne installée hors agglomération et signalant une activité en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, une activité culturelle, un monument historique, classé ou inscrits, ouvert à la visite ou à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.

Une **préenseigne temporaire** est une préenseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme préenseignes temporaires, les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Une **publicité** est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Une **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Une **publicité numérique** est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

## PROJET – VERSION AU 18/11/2019

La **saillie** est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

Une **unité foncière** est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Arrêté fixant les limites de l'agglomération

DEPARTEMENT DU VAR

REPUBLIQUE FRANCAISE

ARRONDISSEMENT DE  
DRAGUIGNAN

VILLE DE FREJUS

SESO/YV/PG

Transmission en Sous-Préfecture	Date Réception	Affiché	du 16 JUL 2009
			au 30 JUL 2009

### ACTE

PUBLIE LE 16 JUL 2009

ENTRÉE EN VIGUEUR LE

LE 17 JUL 2009

LE SÉNATEUR-MAIRE,

Pour le Sénateur-Maire  
Le Premier Adjoint

Francis TOSI

### ARRETE MUNICIPAL FIXANT LES LIMITES DE L'AGGLOMERATION

Abroge et remplace l'Arrêté Municipal en date du 26 Septembre 2006

LE MAIRE DE LA COMMUNE DE FREJUS, SENATEUR DU VAR

Vu le Code de la Route, et notamment les articles R. 411-3, R. 411-4, R. 411-5, R. 411-8, R. 411-20, R. 412-49, R. 417-1, R. 417-3,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, notamment ses articles L. 2212-2, L. 2213-1, L. 2213-5, L. 2213-6, L. 2512-13 et R. 2213-1,

Vu le Code Pénal, notamment son article 610-5,

Vu le Code de la Voirie Routière,

Vu l'Arrêté Interministériel du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière, ensemble des textes qui l'ont modifié et complété,

Vu l'Arrêté Municipal du 19 août 2002, portant règlement permanent de police et de la circulation et du stationnement urbains de la Commune de FREJUS,

Vu l'Arrêté Municipal en date du 26 Septembre 2006 fixant les limites de l'Agglomération

Vu l'avis de Monsieur le Chef de la Subdivision Var Estérel du Conseil Général du Var

Vu l'avis de Monsieur le Commissaire Divisionnaire de Police de FREJUS

Considérant qu'il convient d'abroger l'arrêté susvisé et de prendre un nouvel arrêté fixant les limites d'agglomération.

### ARRETE

**ARTICLE 1<sup>er</sup>** : Les limites de l'agglomération sont fixées ainsi :

► Route Départementale N 7

- PR 93 + 000 en direction de PUGET SUR ARGENS,
- PR 100 + 560 au delà du Chemin du GARGALON, vers CANNES,
- PR 111 + 130 } - l'Auberge des ADRETS
- PR 111 + 355 }
- PR 112 + 910 } - L'ESPEOUTIER,
- PR 113 + 120 }
- PR 113 + 680 } - SAINT JEAN DE L'ESTEREL,
- PR 113 + 910 }
- PR 114 + 750 } - L'ESCAILLON 1,
- PR 115 + 010 }
- PR 115 + 185 } - L'ESCAILLON 2,
- PR 115 + 350 }
- PR 115 + 585 } - SAINT JEAN DE CANNES 1,
- PR 115 + 830 }
- PR 116 + 575 } - SAINT JEAN DE CANNES 2,
- PR 116 + 740 }

► Route Départementale 559

- PR 109 + 400 - Calaque du GRAND BOUCHARÉL,
- PR 113 + 820 - Virage des ESCLAMANDÉS,
- PR 116 + 000 - Entrée de FREJUS,
- PR 119 + 260 - Pont du PEDEGAL - Boulevard de la LIBÉRATION

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

- **Route Départementale 98** Avenue du Maréchal de LATTRE DE TASSIGNY  
PR 0 + 741 - Pont du PEDEGAL – Avenue du Maréchal de LATTRE DE TASSIGNY
- **Route Départementale 8**  
PR 0 + 770 - Au delà du Chemin de la GAUDINE
- **Route Départementale 37**  
PR 7 + 700 - Proximité giratoire de SAINTE-CROIX,  
PR 3 + 000 - Pont sur le PEDEGAL.
- **Route Départementale 100 – Avenue André LEOTARD**  
PR 2 + 100 - Pont sur le PEDEGAL.
- **Route du GARGALON – ex Route Départementale 637**  
A 70 Mètres de son intersection avec la Route Départementale N7
- **Route Départementale 4 – Rue des COMBATTANTS D'AFRIQUE DU NORD**  
PR 3 + 000
- **Rue Jean GIONO**  
Au droit du PEDEGAL
- **Route Départementale 7**  
PR 9 + 800 } - Les Châteaux de VILLEPEY  
PR 10 + 680 }  
PR 12 + 180 } - Intersection avec l'Avenue Roger MARTIN DU GARD,  
entrée agglomération de SAINT AYGULF
- **Route Départementale 100 A**  
PR 0 + 085  
PR 1 + 140
- **Avenue Jean LACHENAUD**  
PR 0 + 070 - à 70 mètres depuis l'origine de la Rue des COMBATTANTS D'AFRIQUE DU NORD
- **Avenue Pierre PUGET**  
A 70 mètres de son intersection avec la Route Départementale 7
- **Avenue du Général Norbert RIERA**  
A 70 mètres de son intersection avec la Route Départementale 37

**ARTICLE 2 :** Les limites, objet de l'article ci-dessus seront matérialisées par l'implantation de signaux de localisation réglementaires.

**ARTICLE 3 :** L'Arrêté Municipal en date du 26 Septembre 2006 est abrogé.

**ARTICLE 4 :** Le présent arrêté devra être tenu affiché en permanence sur les lieux et devra pouvoir être consulté à tout moment.

**ARTICLE 5 :** Le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le Tribunal Administratif de Toulon dans les deux mois suivant sa publication.

**ARTICLE 6 :** Monsieur le Directeur Général des Services de la Mairie, Monsieur le Directeur Général des Services Techniques, Monsieur le Commissaire Divisionnaire de la Police Nationale, Chef de District, Monsieur le Directeur de Police Municipale, sont chargés, chacun en ce qui le concerne de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au recueil des actes administratifs de la Commune.

Fait à FREJUS, le 6 Juillet 2009  
Pour Le SENATEUR-MAIRE  
L'Adjoint Délégué,

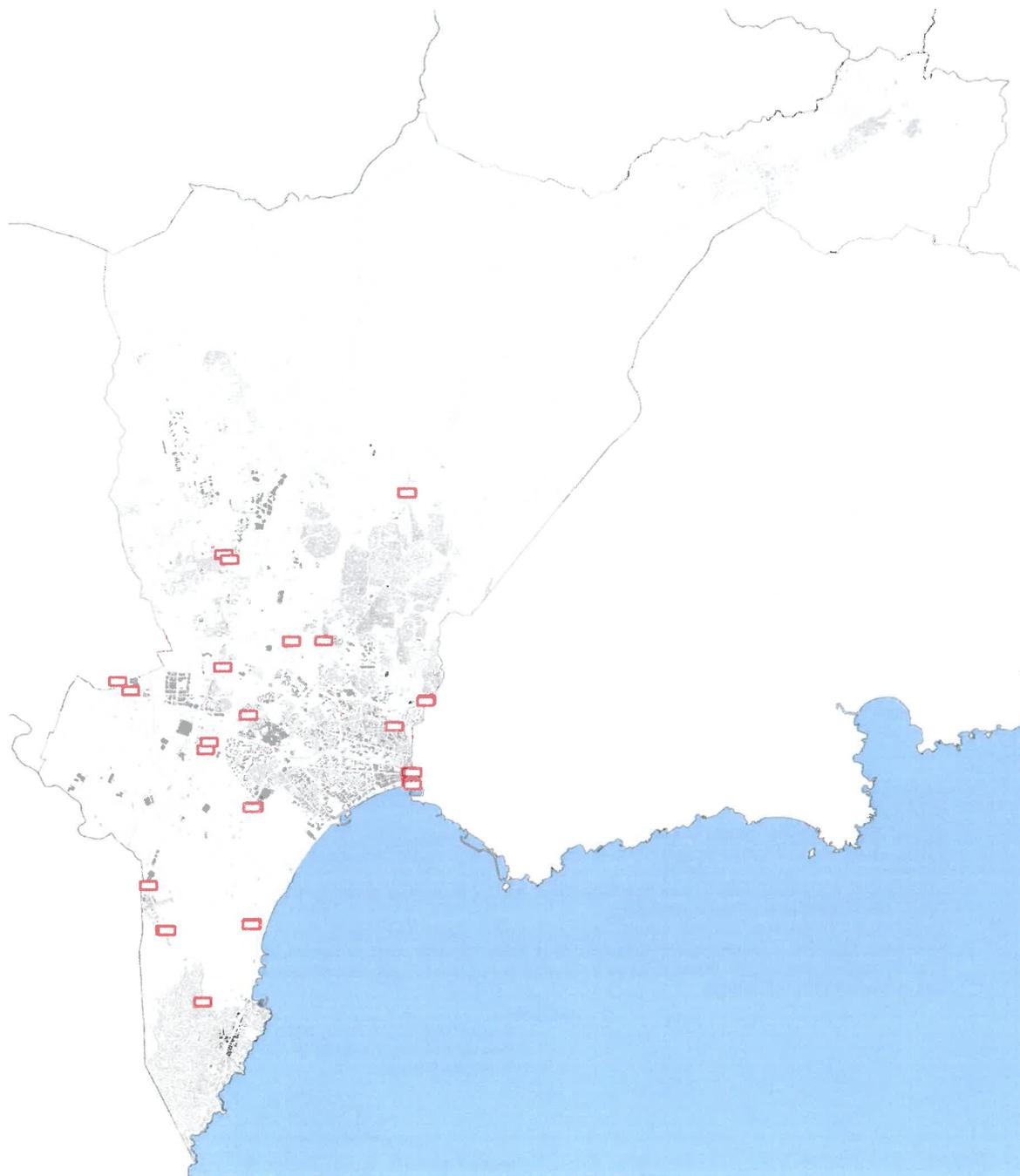
Bernard TARDIF



# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Plan des limites d'agglomération

### Plan des limites d'agglomération sur la commune de Fréjus



#### Légende

 Panneau d'entrée et/ou sortie d'agglomération

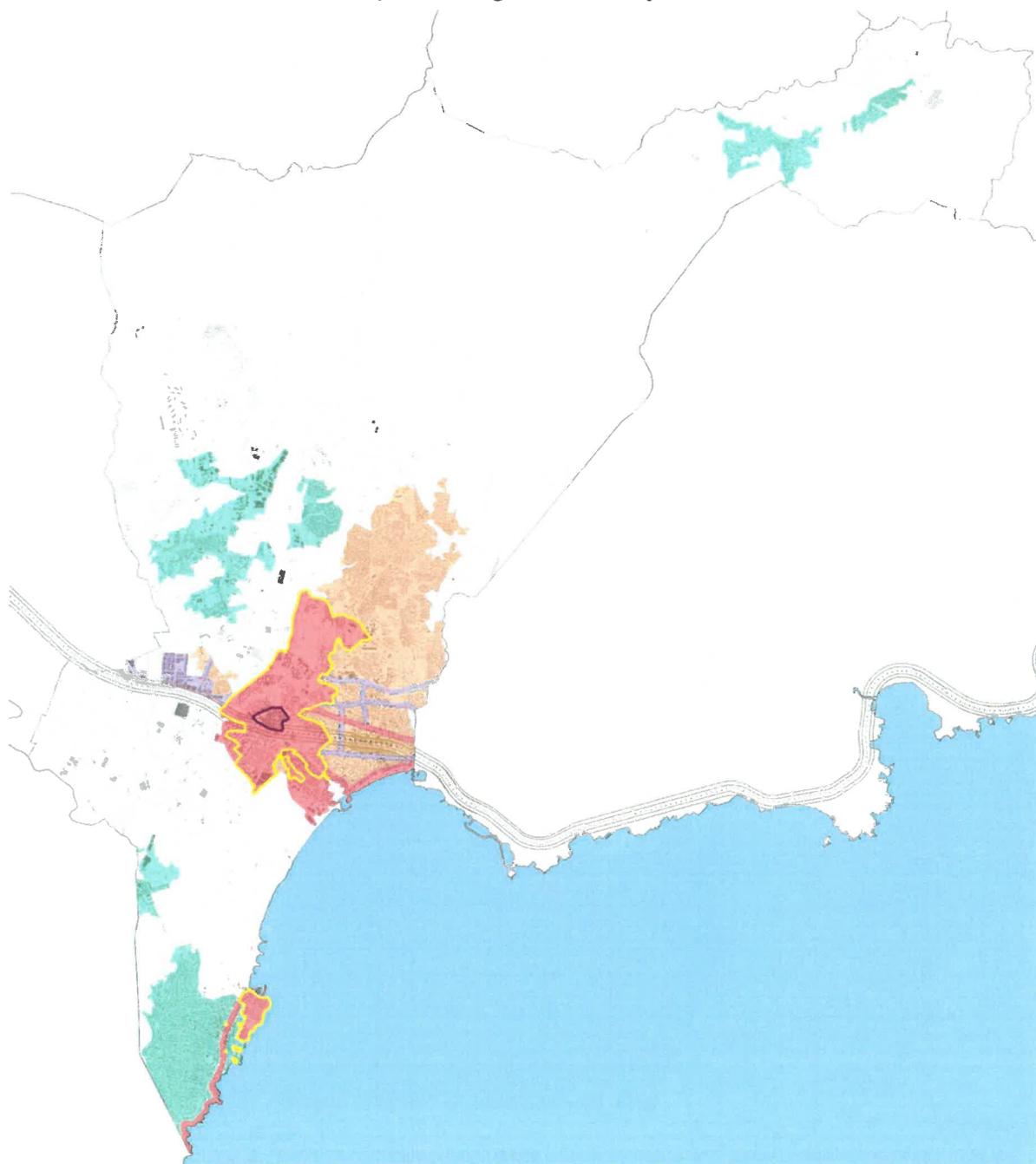


Source :  
Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil / Juillet 2019

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Plan de zonage du Règlement Local de Publicité

### Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de Fréjus



#### Légende

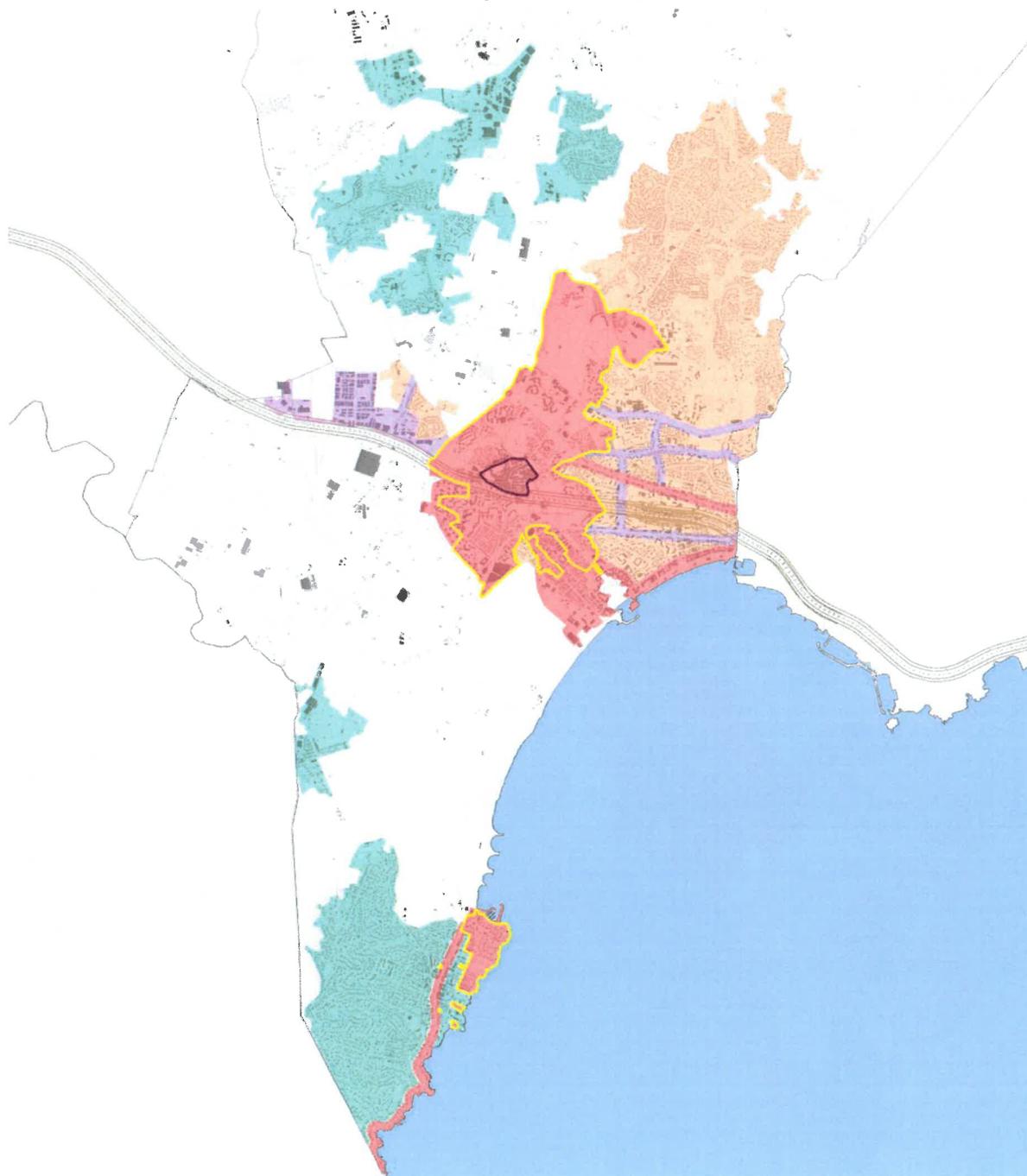
- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver
- Site Patrimonial Remarquable de la ZP1 et en agglomération
- Secteur 1 du Site Patrimonial Remarquable (noyau historique)
- ZP2 : Agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants, en dehors de la ZP1 et de la ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires comptant moins de 10 000 habitants et la zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités des Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et les axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes interdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)



Source :  
Zones d'agglomération : bureau  
d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI -  
Etatlab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub  
Conseil / Novembre 2019

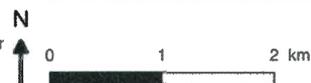
# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de Fréjus



### Légende

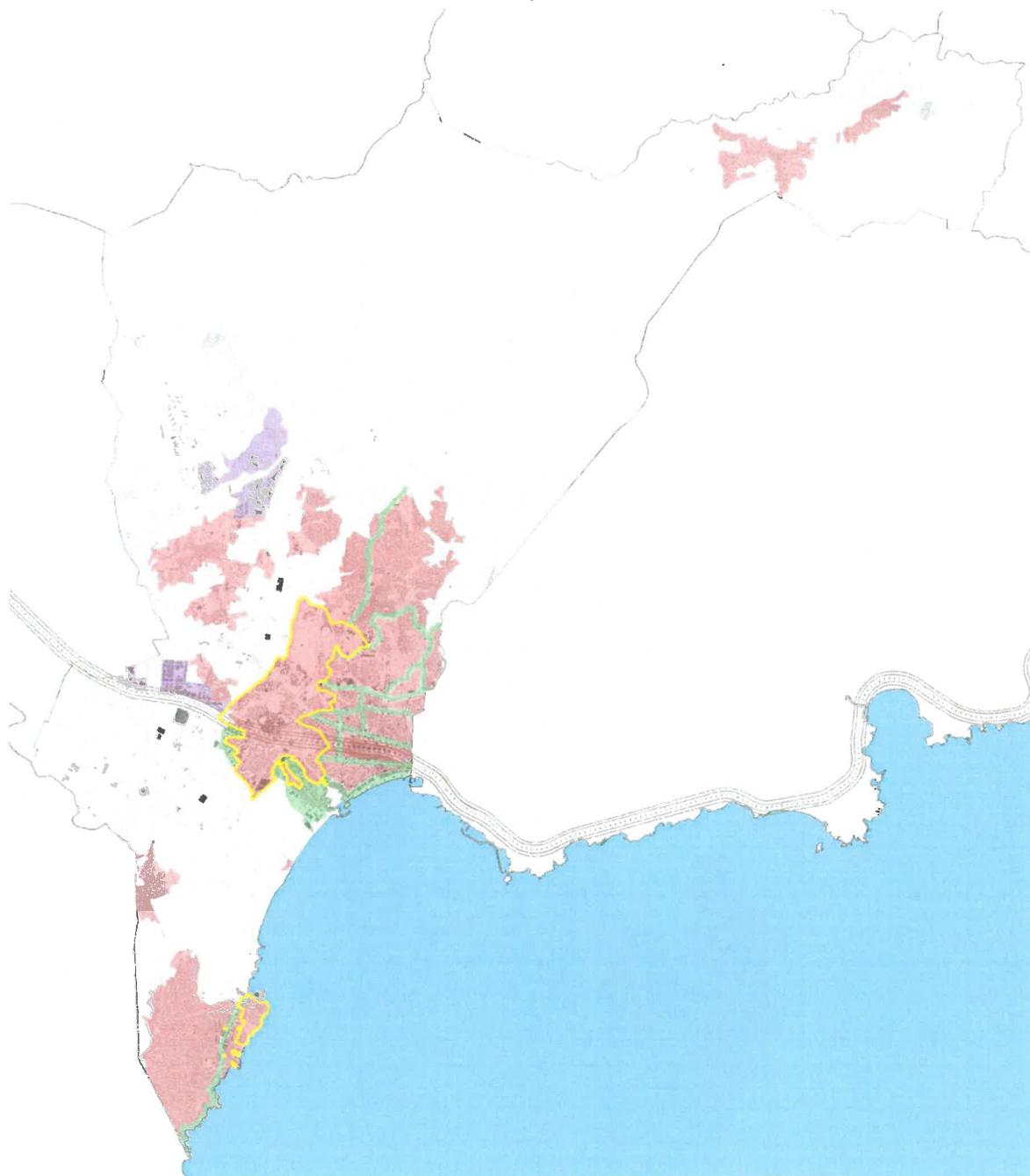
- ZP1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus en agglomération, les sites et espaces patrimoniaux à préserver
- Site Patrimonial Remarquable de la ZP1 et en agglomération
- Secteur 1 du Site Patrimonial Remarquable (noyau historique)
- ZP2 : Agglomération principale comptant plus de 10 000 habitants, en dehors de la ZP1 et de la ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires comptant moins de 10 000 habitants et la zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités des Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et les axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes interdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)



Source :  
Zones d'agglomération : bureau  
d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI -  
Etalab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub  
Conseil / Novembre 2019

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de Fréjus



### Légende

- ZE1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus situé en agglomération, les sites, espaces patrimoniaux à préserver et les espaces en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3
- Site Patrimonial Remarquable de la ZE1 et en agglomération
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités Les Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et du Capitou.  
Espaces hors agglomération encadrés dans les mêmes conditions que la ZE1

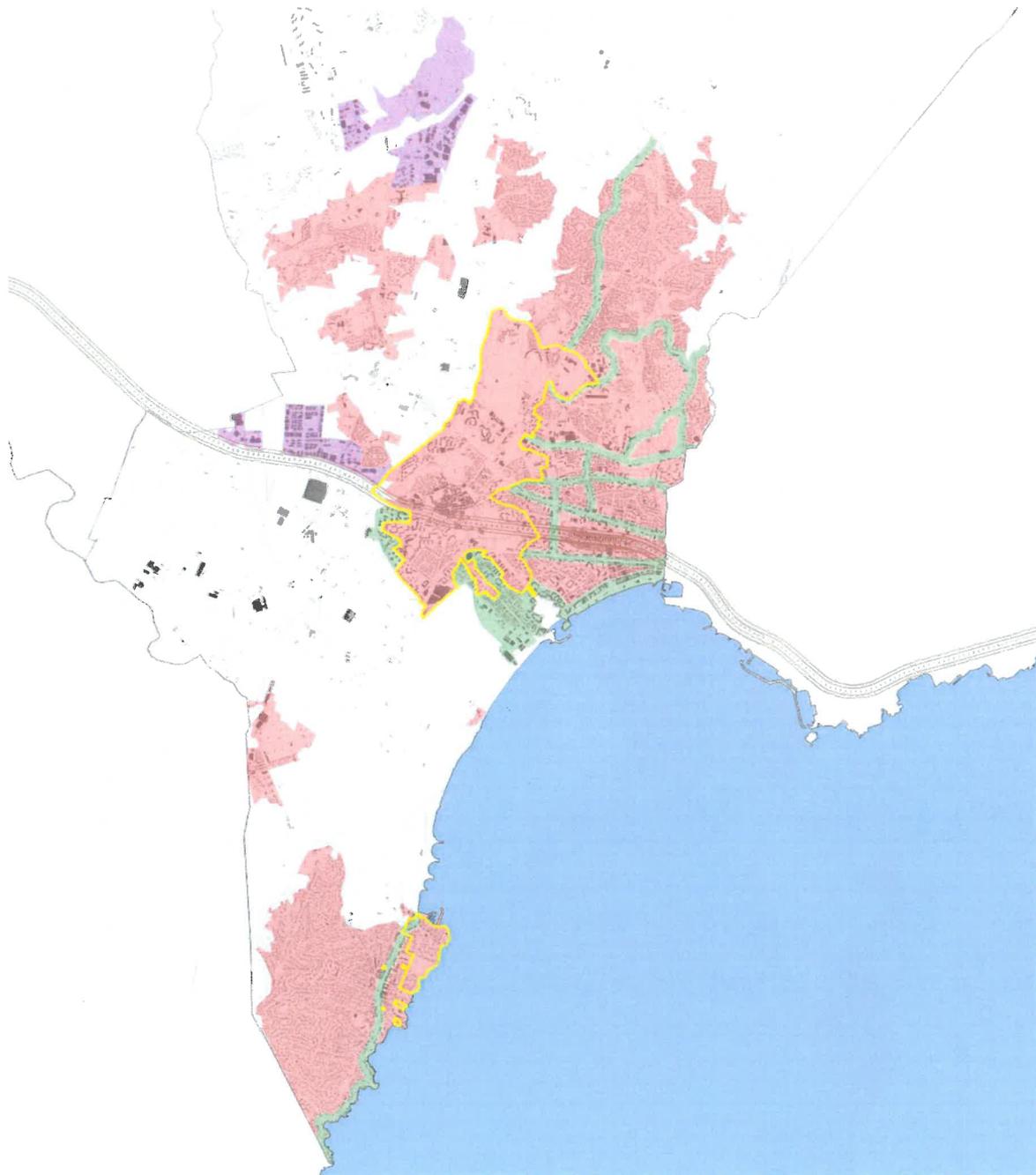


0 1 2 km

Source :  
Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil / Novembre 2019

# PROJET – VERSION AU 18/11/2019

## Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de Fréjus



### Légende

- ZE1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus situé en agglomération, les sites, espaces patrimoniaux à préserver et les espaces en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3
- Site Patrimonial Remarquable de la ZE1 et en agglomération
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités Les Esclapes, La Palud, Lou Gabian, Les Arènes et du Capitou.  
Espaces hors agglomération encadrés dans les mêmes conditions que la ZE1



Source :  
Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab - Commune de Fréjus  
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil / Novembre 2019

## Accusé de réception préfecture

**Objet de l'acte :**

ELABORATION DU NOUVEAU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE - BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRÊT DU PROJET

---

**Date de transmission de l'acte :** 06/12/2019

**Date de réception de l'accusé de réception :** 06/12/2019

---

**Numéro de l'acte :** 1840 ( [voir l'acte associé](#) )

**Identifiant unique de l'acte :** 083-218300614-20191126-1840-DE

---

**Date de décision :** 26/11/2019

**Acte transmis par :** Karine AUBERT-DOMINE

---

**Nature de l'acte :** Délibération

**Matière de l'acte :** 9. Autres domaines de competences  
9.1. Autres domaines de competences des communes

