



REPUBLIQUE FRANCAISE

PREFECTURE DU VAR

COMMUNE DE FREJUS

NOTE DE PRESENTATION ET TEXTES REGISSANT L'ENQUÊTE PUBLIQUE

Relative au projet de révision
du Règlement Local de
Publicité de la Commune de
Fréjus

Dans un souci de protéger son cadre de vie, la Ville de Fréjus s'est dotée d'un Règlement Local de Publicité (RLP) dès 1999.

Ce document de portée environnementale a permis pendant de nombreuses années d'adapter la réglementation nationale en matière de publicité et d'affichage aux spécificités du territoire communal.

Cependant, depuis l'entrée en vigueur de ce RLP, le cadre de vie des fréjusiens a évolué avec la création d'habitats plus ou moins diffus et l'implantation ainsi que le développement de zones commerciales ou économiques.

Dans le même temps, la commune s'est dotée d'une Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (A.V.A.P.) qui est devenue Site Patrimonial Remarquable (S.P.R.) en 2016. Les effets sur les servitudes de protection du patrimoine et sur le régime de la publicité et des enseignes s'en sont trouvés modifiés et doivent désormais être pris en compte dans un nouveau RLP régissant l'implantation de l'ensemble de la publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes).

Par délibération n°1513 du Conseil Municipal 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.

1. LES OBJECTIFS

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.

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.

Les personnes publiques ont été associées à l'élaboration du projet et ont pu exprimer leurs observations et propositions lors d'une réunion permettant ainsi de faire évoluer le projet désormais abouti et en phase d'être soumis à enquête publique, dans le respect de la procédure fixée par le code de l'environnement.

3. CHOIX EN MATIERE DE ZONAGE

3.1. 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.

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, 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, 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.

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 2m² 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) 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* », 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.

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 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. 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. La publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale 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.

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.

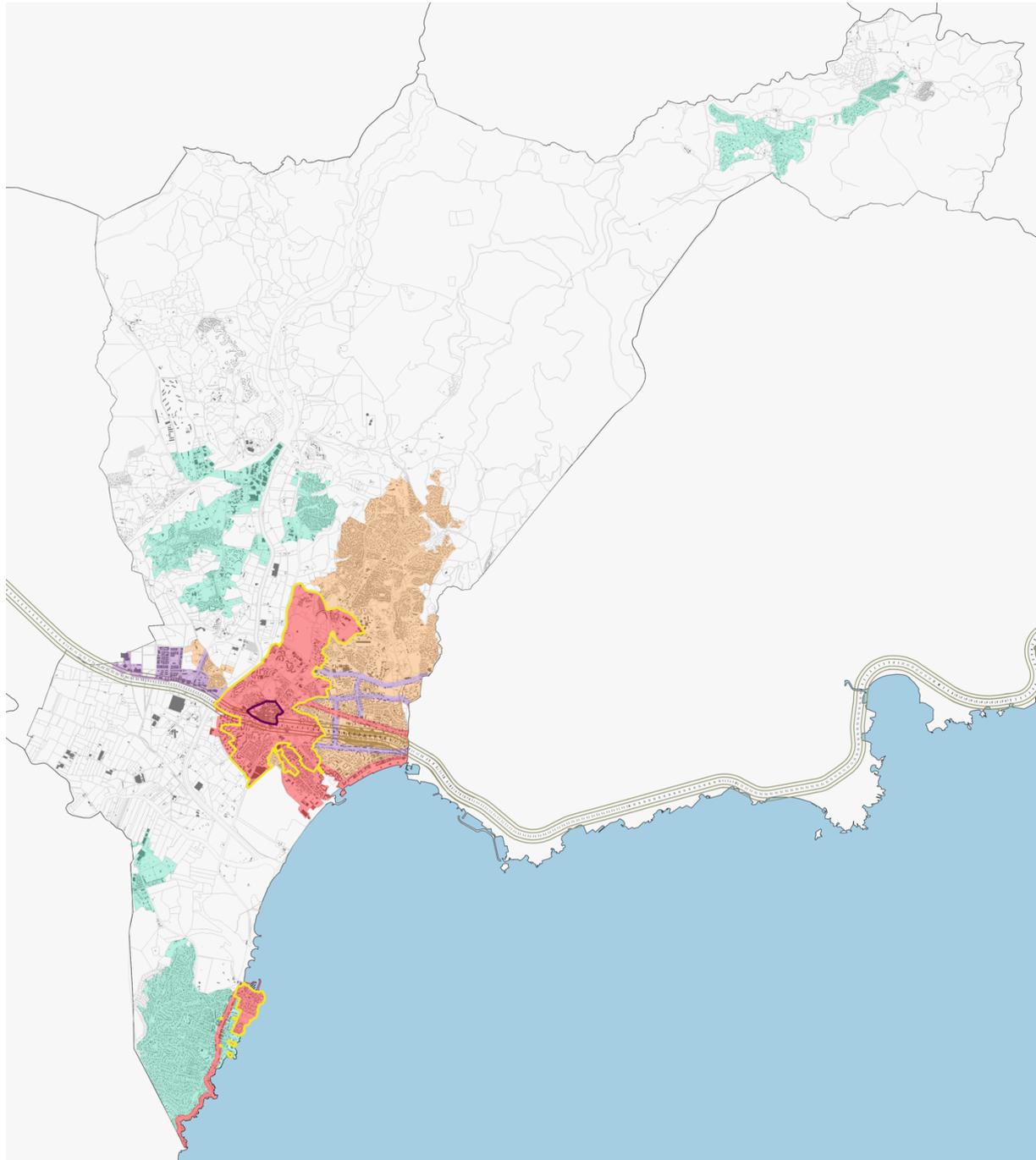
Les publicités lumineuses, à l'exception des publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain de type « *abribus* » (abris destinés au public), sont éteintes entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai et entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

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.

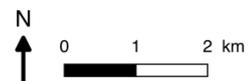
Ces différentes zones sont délimitées sur les cartes ci-après :

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



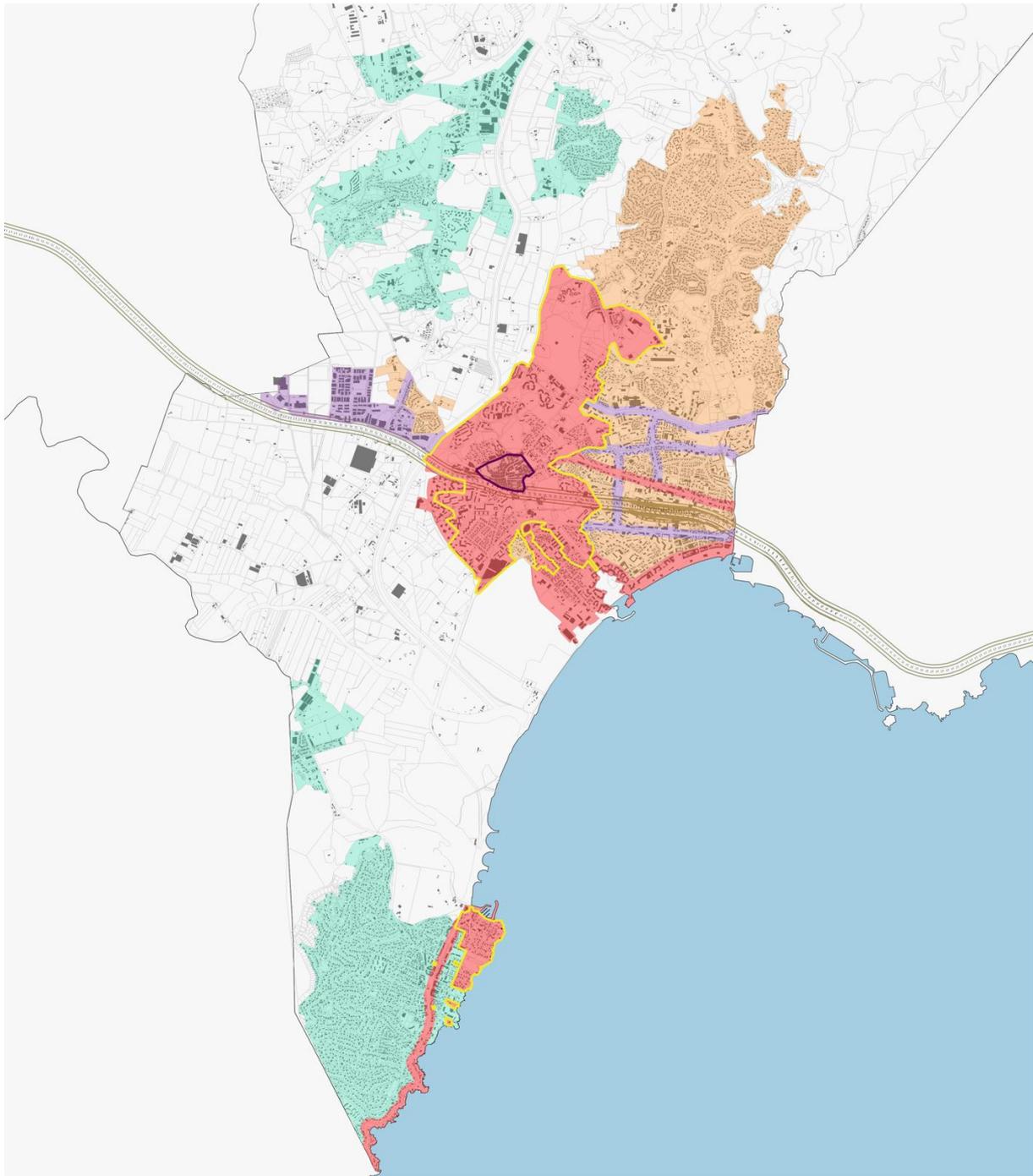
Légende

- 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 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

3.2. 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, 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.

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. Cette réglementation locale prend également en compte certaines prescriptions de la CAUE du Var.

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.

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 où 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 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.

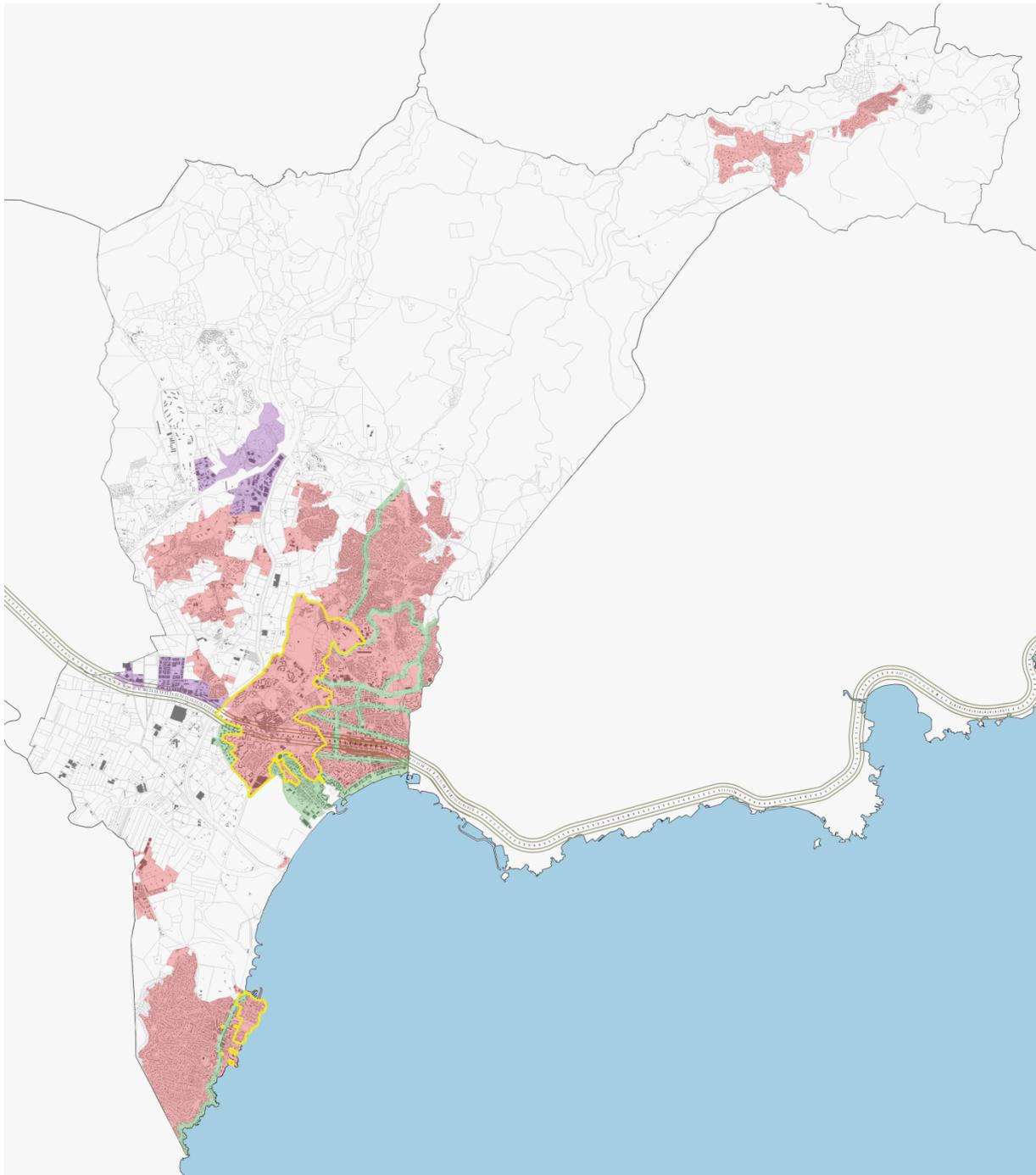
Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h et 07h00 entre le 15 octobre et le 14 mai et entre minuit et 6 heures en dehors de cette période. L'objectif est d'harmoniser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

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



Légende

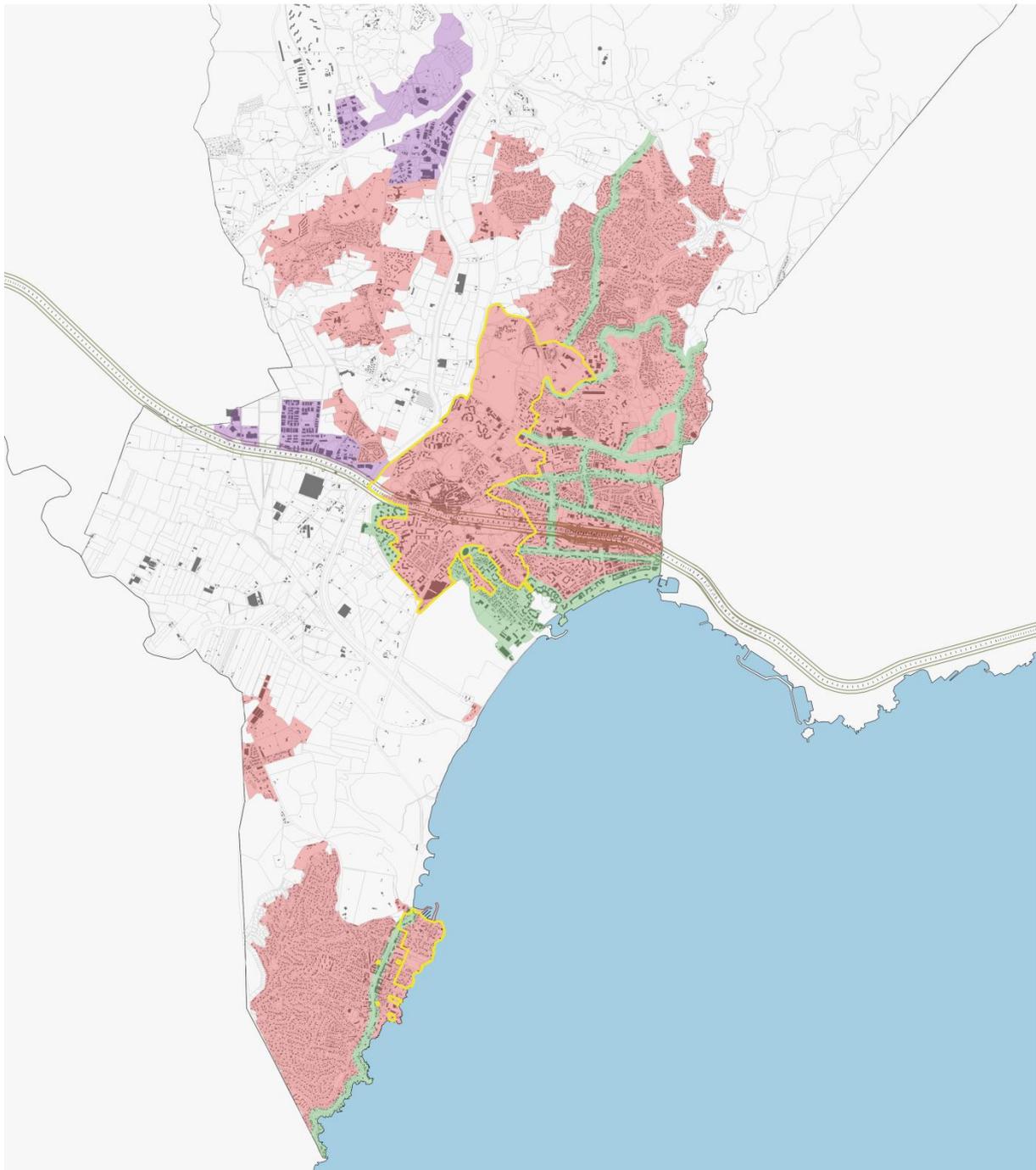
- ZE1 : Site Patrimonial Remarquable de Fréjus situé en agglomération, les sites, espaces patrimoniaux à préserver et les espaces en agglomération non couverts par la ZE2 et ZE3
- Site Patrimonial Remarquable de la ZE1 et en agglomération
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités Les Esclapes, 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 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

4. TEXTES REGISSANT L'ENQUÊTE PUBLIQUE

L'enquête publique est régie par le code de l'environnement aux articles L.123-1 à L.123-19 et R.123-1 à R.123-46 ainsi que par le code de l'urbanisme aux articles L.151-2, L.151-6, L.153-1, L.153-19, L.153-21, L.153-22, L.153-40 et suivants et R.153-8, R.153-11 et R.153-12.

La procédure d'enquête publique s'insère dans la procédure de révision du Règlement Local de Publicité de la Commune de Fréjus.

Depuis l'adoption de la loi « Grenelle », les règlements locaux de publicité suivent la même procédure que les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU).

L'élaboration du Règlement Local de Publicité a été initiée par la délibération n°1513 du Conseil Municipal du 25 septembre 2018 puis, suite à une phase de concertation qui a permis à la collectivité de prendre en compte certaines remarques formulées afin de faire évoluer son projet, celui-ci a été arrêté par la délibération n°1840 du Conseil Municipal du 26 novembre 2019.