

Département du Var

Commune de Fréjus

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

**VERSION APPROUVEE PAR
DELIBERATION N°206 DU
CONSEIL MUNICIPAL DU 26
NOVEMBRE 2020
EXECUTOIRE LE 12 JANVIER 2021**



Sommaire

Introduction.....	3
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	6
1. La notion d'agglomération.....	6
2. La notion d'unité urbaine.....	9
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	10
a) Les interdictions absolues	10
b) Les interdictions relatives	15
4. Les règles applicables au territoire.....	17
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes .	17
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .	32
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes	33
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	40
e) La réglementation locale.....	41
5. Régime des autorisations et déclarations préalables	45
a) L'autorisation préalable	45
b) La déclaration préalable	45
6. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	46
7. Les délais de mise en conformité	47
II. Diagnostic du parc d'affichage.....	48
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	48
2. Les caractéristiques des enseignes	65
III. Problématiques en matière de publicité extérieure	76
IV. ... Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	80
1. Les objectifs	80
2. Les orientations	81
V. Justification des choix retenus	82
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	82
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	93

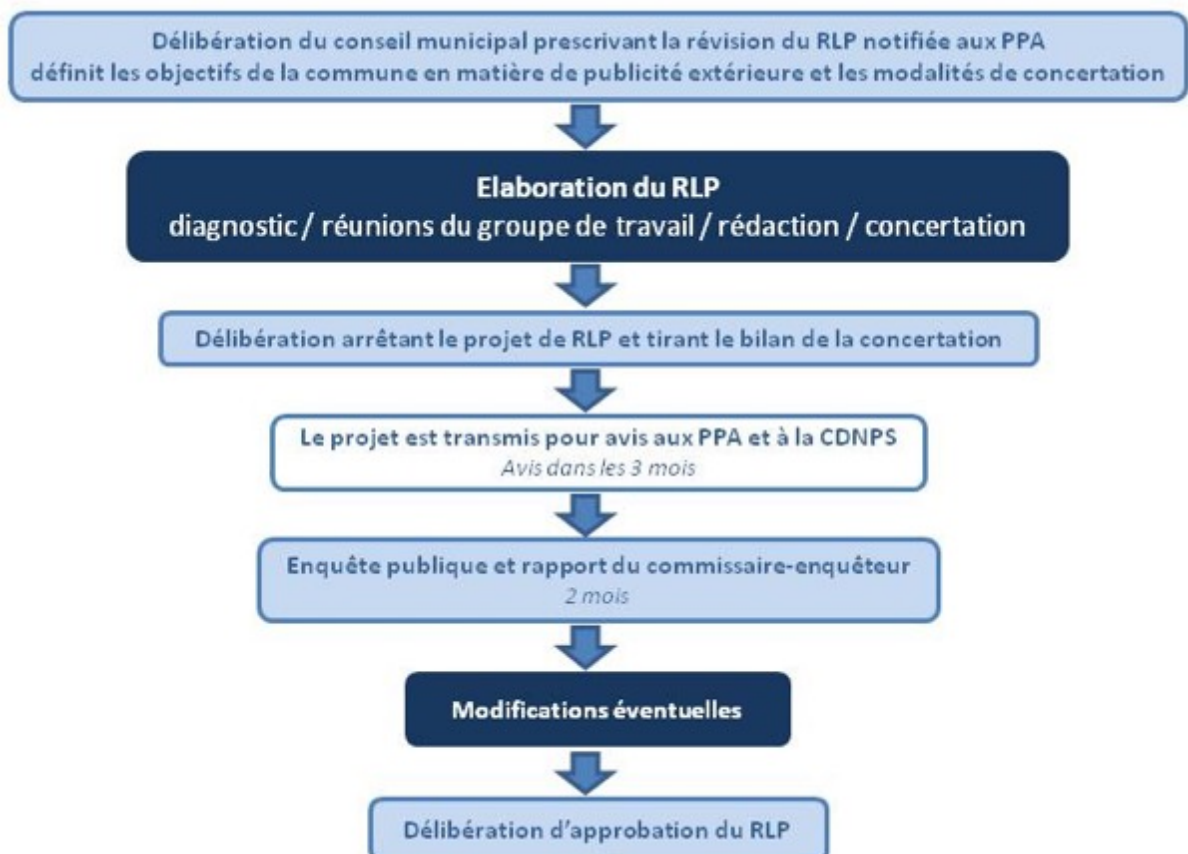
Introduction

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'expression¹ 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

¹ 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

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 Ier 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.

PUB LUMINEUSE SUR TOITURE

PUB SUR MUR AVEUGLE

ICI VOTRE
PUBLICITÉ

**VOTRE PUB
SUR LES
MOBILIERS
URBAIN**

(article L581-3-2° du code de l'environnement)

ENSEIGNE SUR TOITURE

**ENSEIGNE
PARALLÈLE** ●

**ENSEIGNE
PARALLÈLE**

ENSEIGNE
PERPEN-
DICULAIRE

NON AVEUGLE

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

CHOPY-SHOP

**AU ROND POINT
À GAUCHE**

CHOPY-SHOP



TOURNEZ À DROITE

CHOPY-SHOP


TOUT DROIT

CHOPY-SHOP

À 5 MIN.
DIRECTION VANNES
Z.A - DU LUTIN

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 habitants².

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 habitants³.

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 interdite⁴. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁵, 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.

² Données démographiques issues du recensement 2016 de l'INSEE

³Idem

⁴ Article L581-7 du code de l'environnement

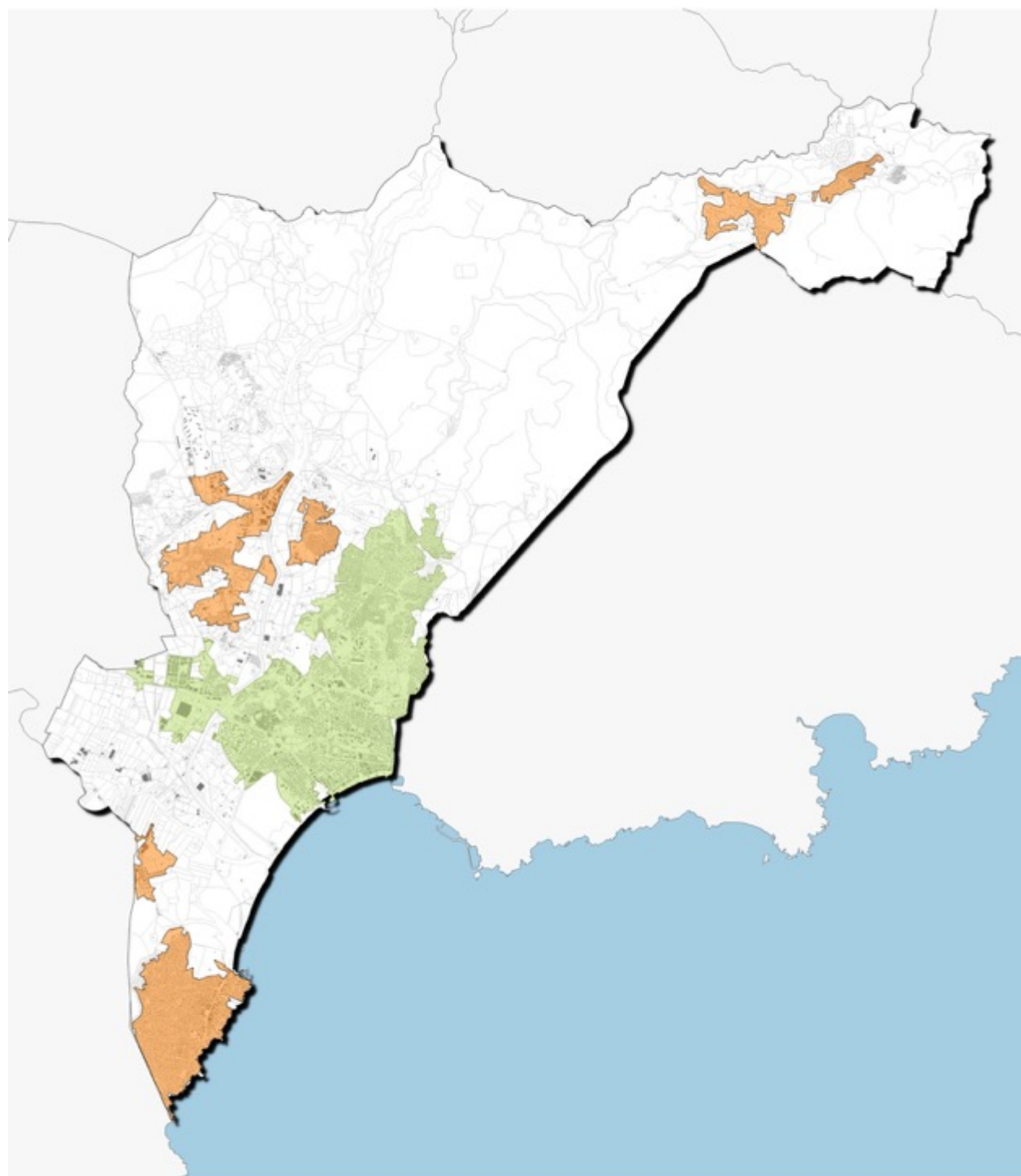
⁵ Article L581-19 du code de l'environnement

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.

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

N



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

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 96 229 habitants⁶.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes⁷ 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.

⁶ Données démographiques issues du recensement 2016 de l'INSEE

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

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

a) Les interdictions absolues⁸

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 29 édifices, dont la majorité est située dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) - anciennement Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du le Patrimoine (AVAP) – approuvé le 30 mai 2017.

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 Sieyès	Inscrit	27 janvier 1926
	Maison (ancienne) dite Maison Maria	Inscrite	18 juin 1987
	Mausolée de la Tourrache	Inscrit	20 novembre 1995
	Mosquée 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
	Site archéologique de la Rose des Sables	Inscrit	15 mai 1996
	Site archéologique des	Classé	12 juillet 1886

⁸ Article L581-4 du code de l'environnement

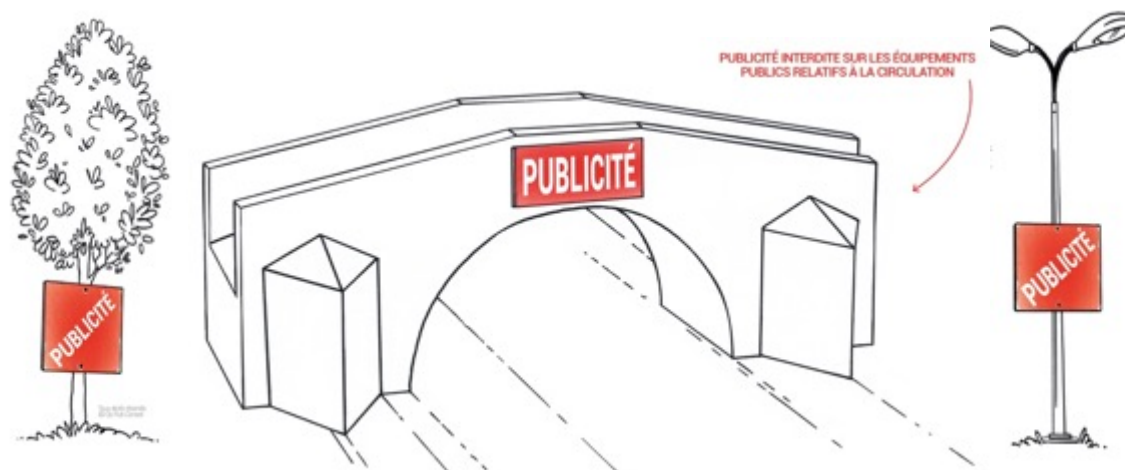
	thermes de la Porte d'Orée		
	Site archéologique des thermes de Villeneuve	Inscrit / Classé	Inscription le 16 septembre 1996 Classement le 12 juillet 1886
	Site archéologique du Clos de la Tour	Classé	10 décembre 1981 / 25 juin 1958
	Site archéologique du Moulin à Vent	Inscrit	5 avril 1943
	Site archéologique du Reydisart	Inscrit	29 décembre 1992
	Théâtre romain	Classé	Depuis le 10 janvier 1912
	Vestiges archéologiques du Vivier Romain	Inscrits	08 avril 2019
TOTAL des Monuments historiques classés ou inscrits	29 ⁹		

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

⁹ 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-protéges-au-titre-des-monuments-historiques/Monuments-historiques-du-Var>

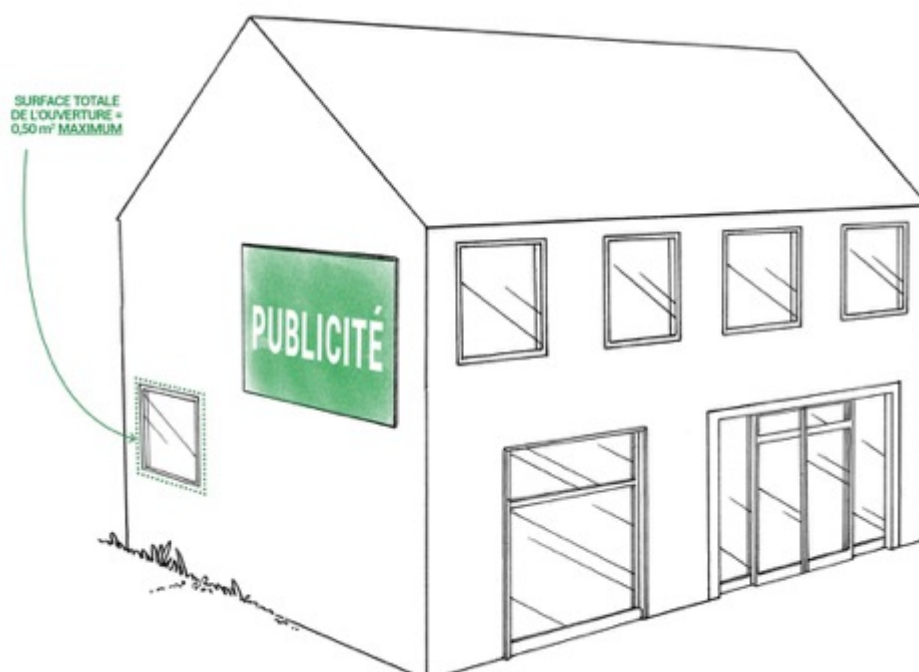
La publicité est également interdite :

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 ;

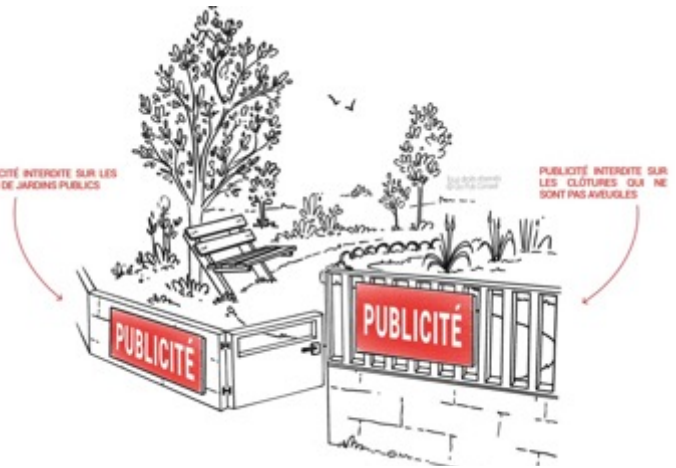


4° Sur les murs de cimetière et de jardin public¹⁰.

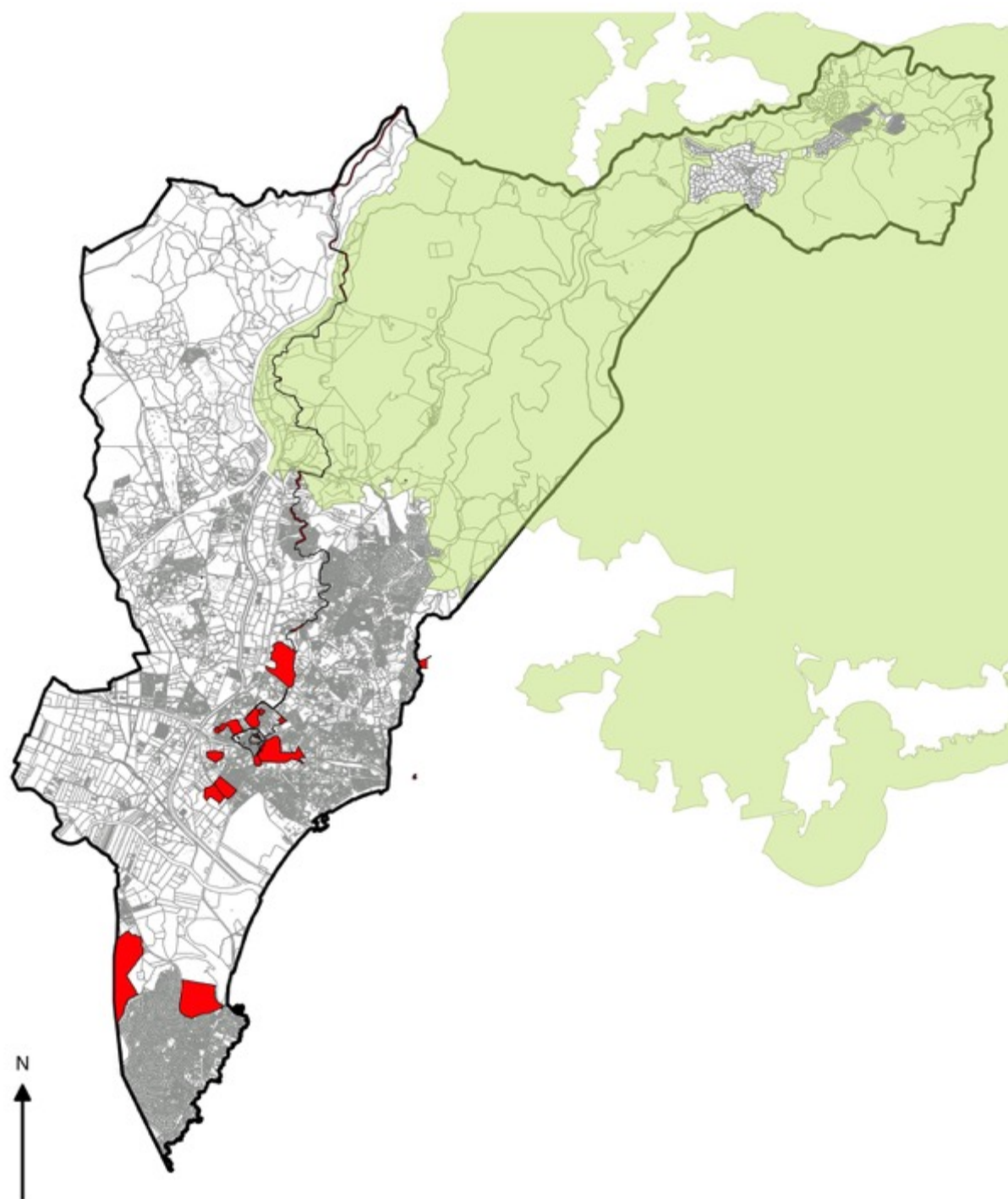
¹⁰ Article R581-22 du code de l'environnement



PUBLICITÉ INTERDITE SUR LES MURS DE JARDINS PUBLICS



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

b) Les interdictions relatives¹¹

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.*¹² » En l'espèce cette protection s'applique au périmètre délimité autour des 29 édifices concernés. 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 d'un Site Patrimonial Remarquable. 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*¹³ ».

L'interdiction relative de publicité s'applique donc au Site Patrimonial Remarquable de Fréjus (anciennement AVAP). Le SPR de Fréjus est décomposé 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 :

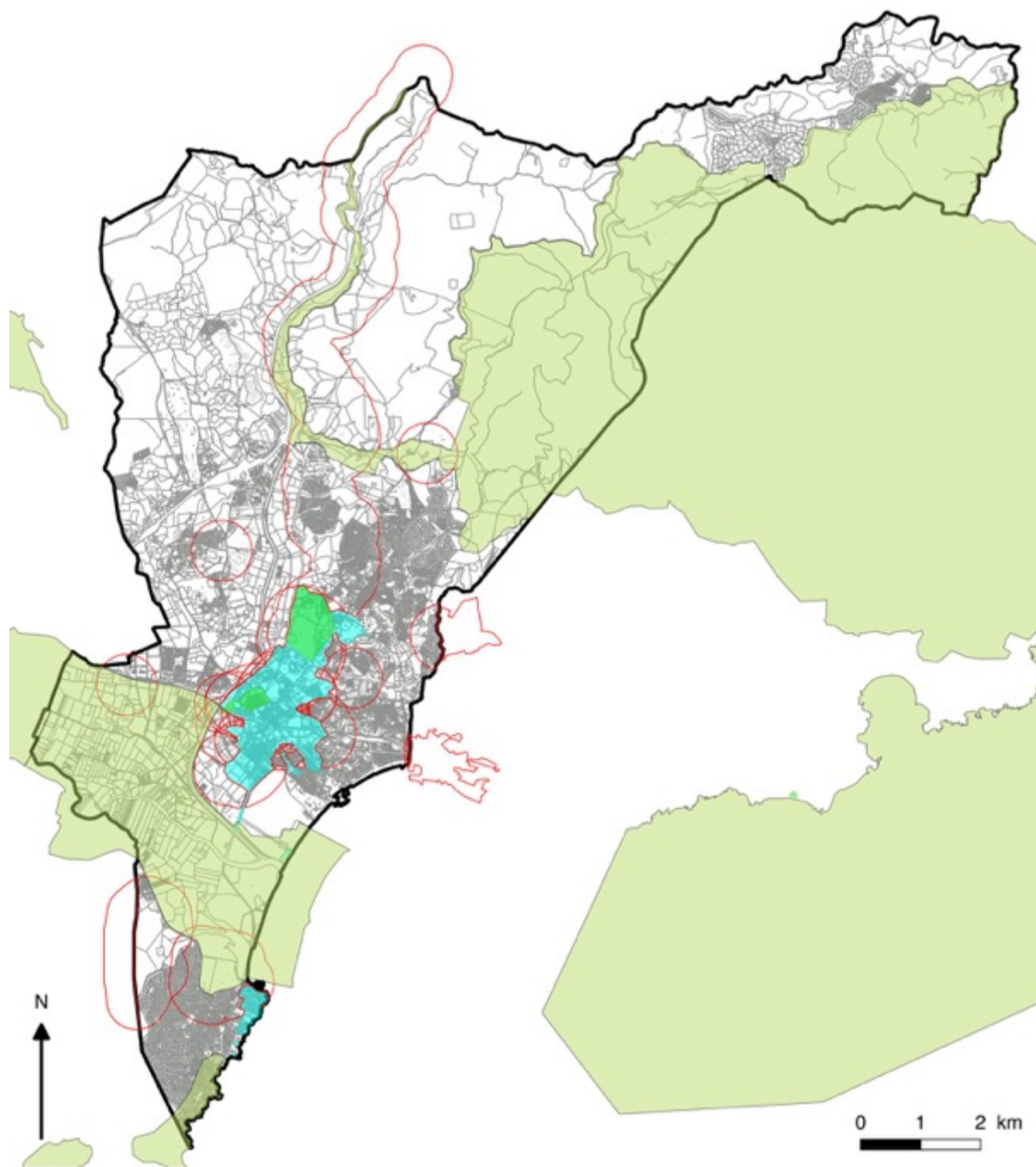
- « *Parties de la colline de Pauvadour* », inscrit le 15 janvier 1940 ;
- « *Ensemble formé par le domaine dit "Château Aurélien" et ses abords* », inscrit depuis le 20 mai 1964.

¹¹ Article L581-8 du code de l'environnement

¹² Article L.621-30 du code du patrimoine

¹³ Idem

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

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.

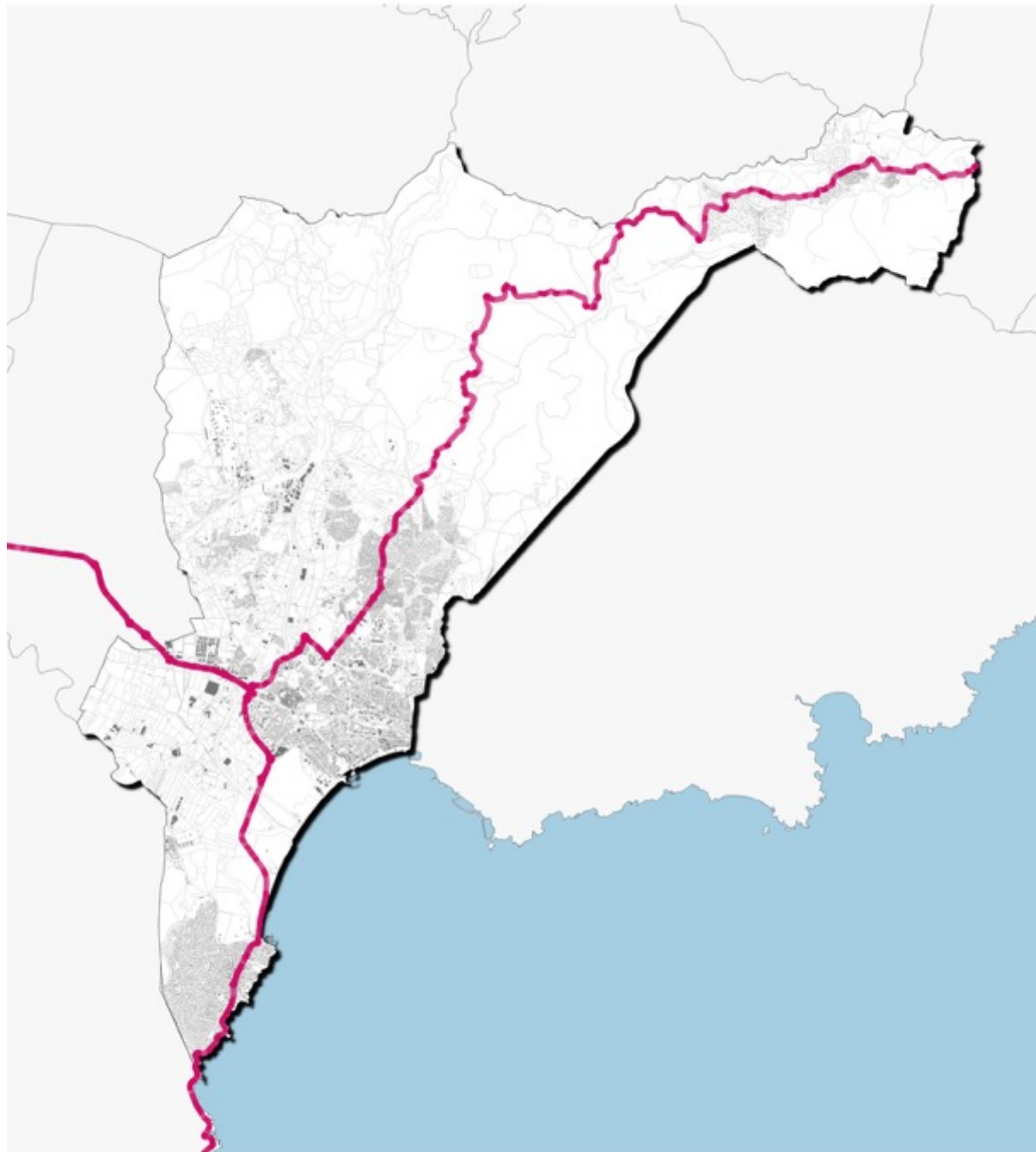
Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹⁴.

Format des publicités et préenseignes

	Agglomérations secondaires	Agglomération principale
Publicité (ou préenseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface $\leq 4 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ (sauf en bordure de routes à grande circulation – voir carte suivante)	surface $\leq 12 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$
Publicité (ou préenseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse		surface $\leq 12 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles		autorisées
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface $\leq 4 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ 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 $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$ extinction entre 1h et 6h

¹⁴ Article R581-24 du code de l'environnement

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° 2009-615 du 3 juin
2009 fixant la liste des routes à grande
circulation



0 2.5 5 km

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

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹⁵ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

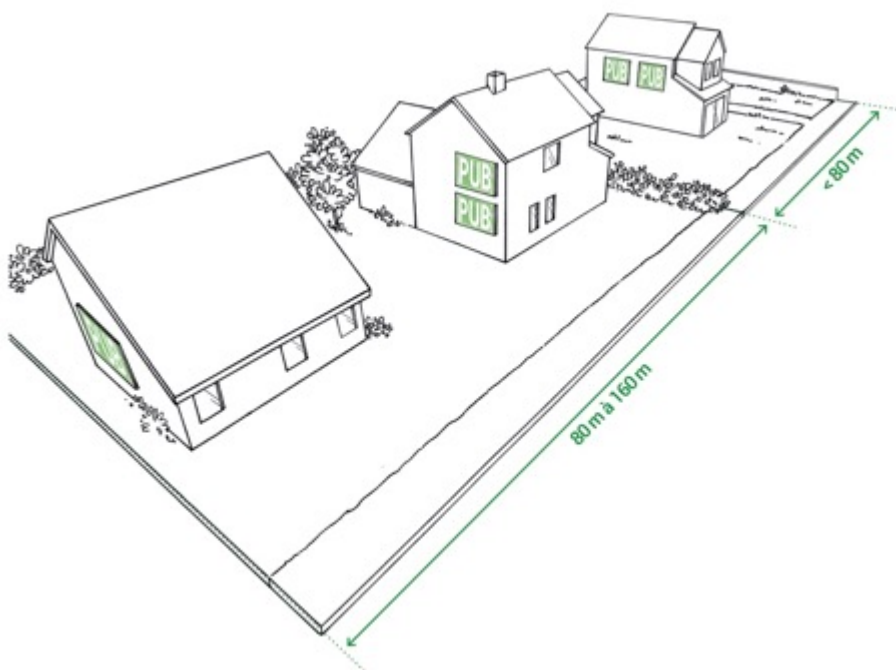
I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

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.



¹⁵ Article R581-25 du code de l'environnement



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

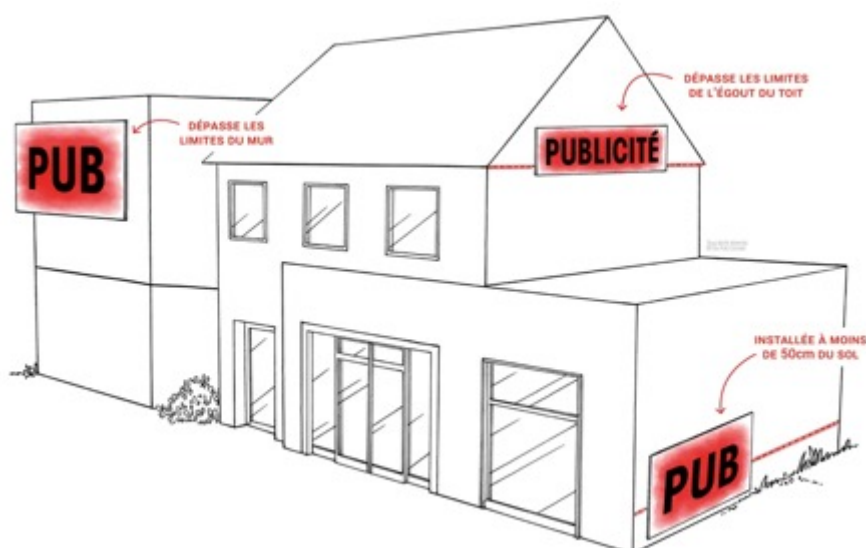
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

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

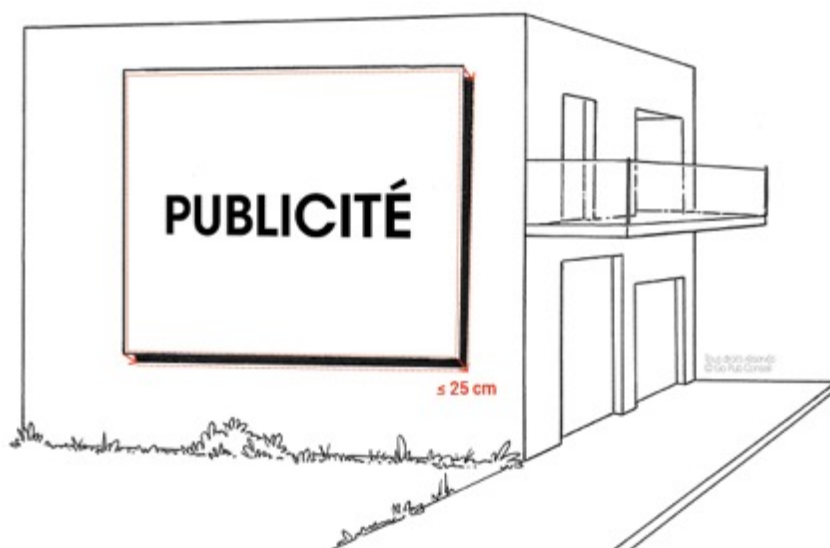
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

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).



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)

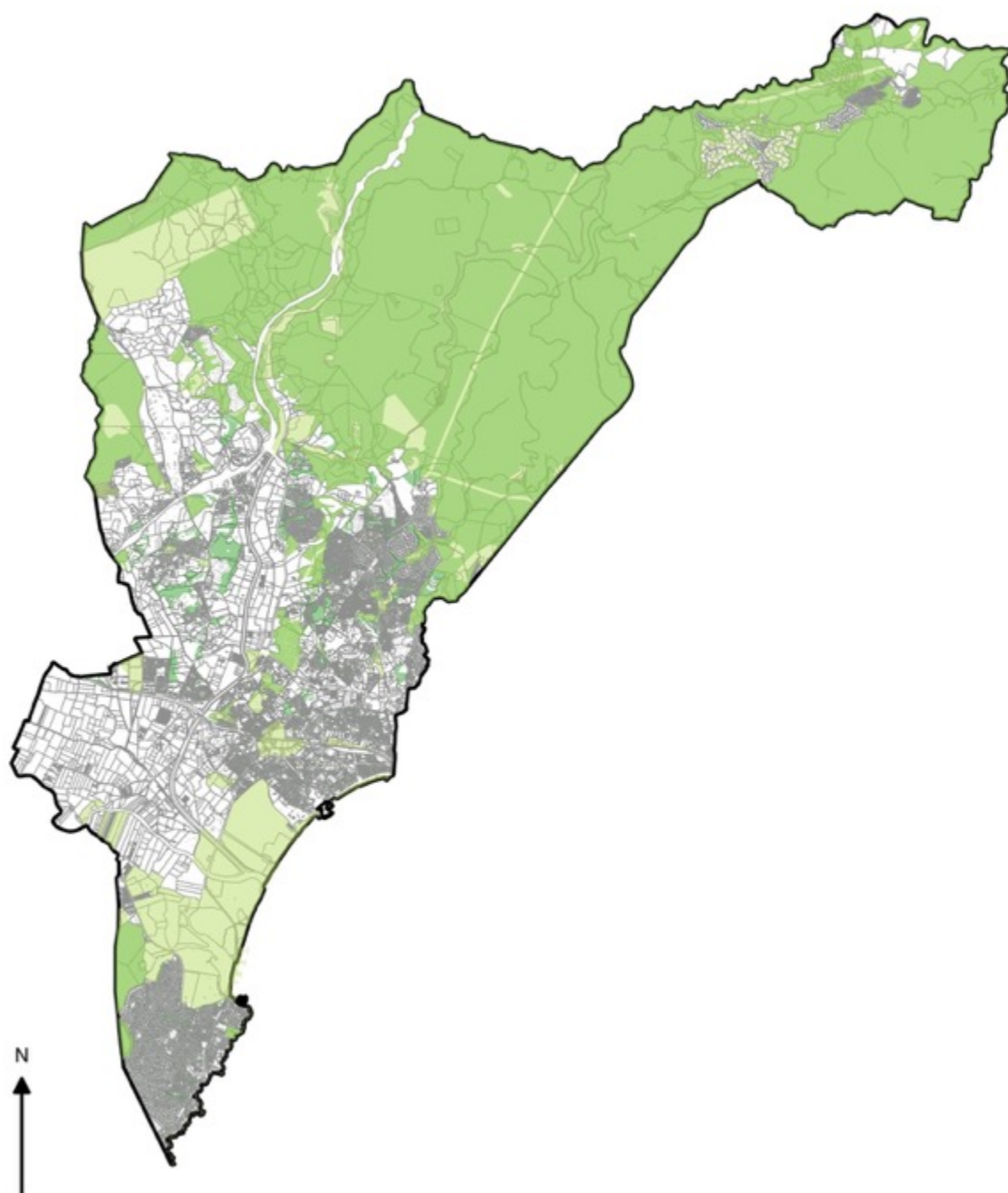
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés¹⁶,

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.

¹⁶ Article L130-1 du code de l'urbanisme

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



Légende

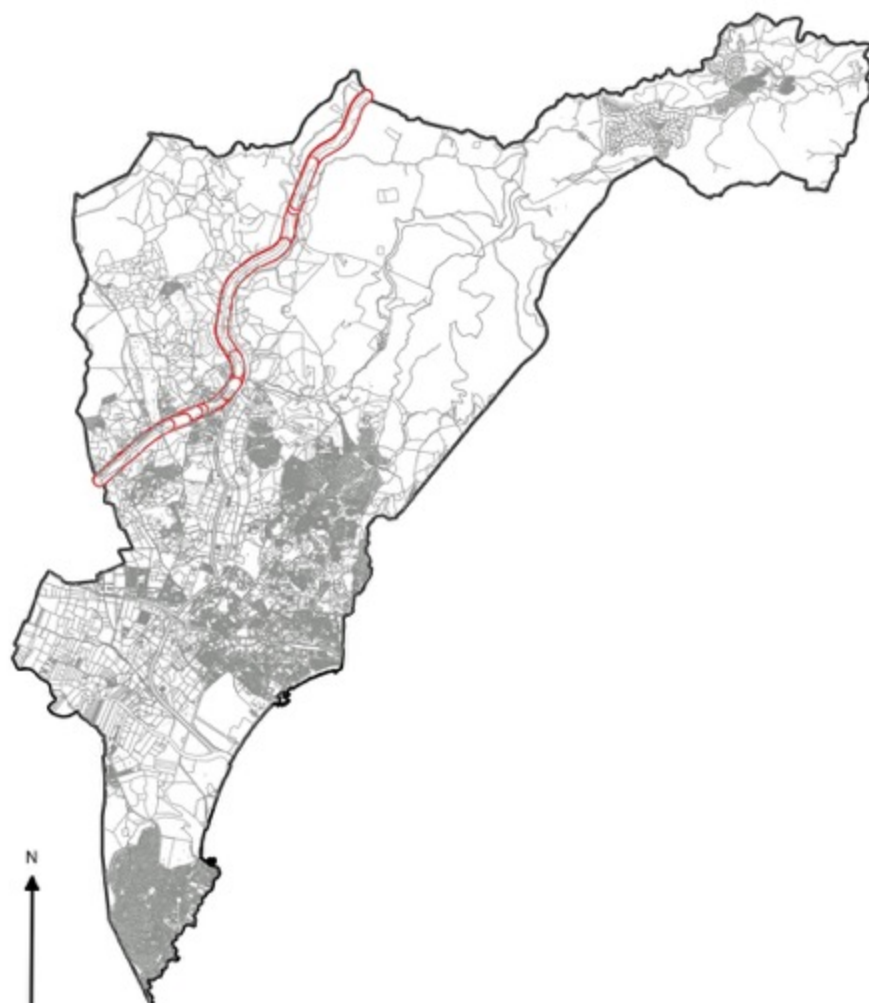
- Zone N au titre du PLU
- Espaces Boisés Classés (EBC)

0 1 2 km

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.



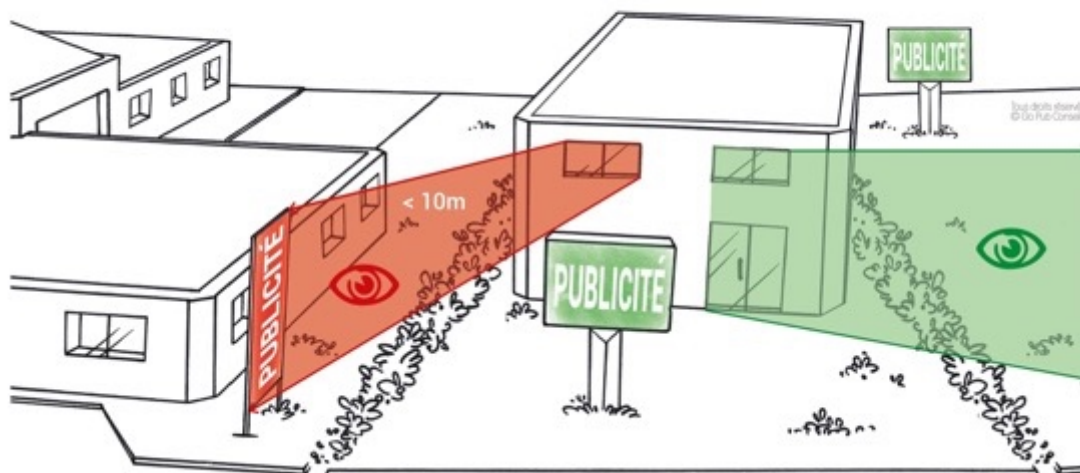
Interdictions des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol visibles d'une autoroute - Commune de Fréjus



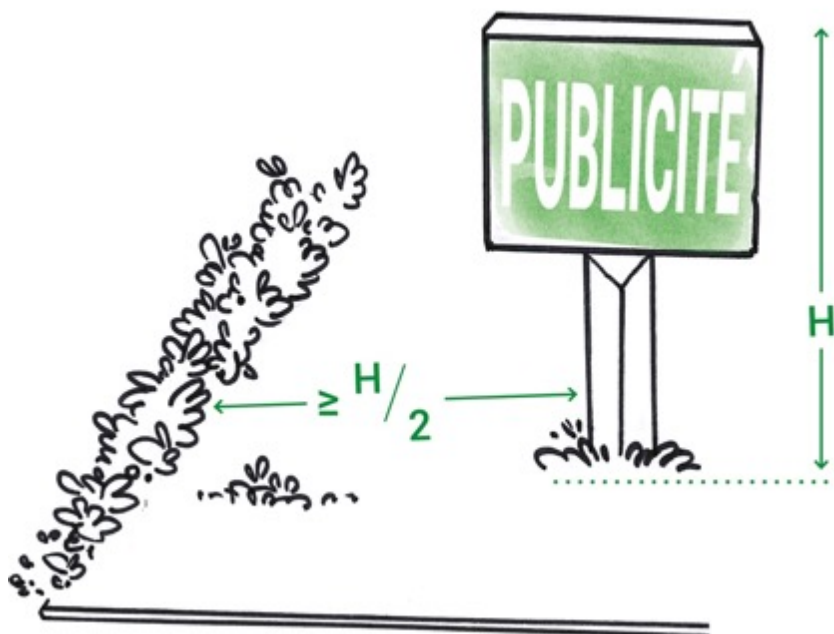
Légende
— Autoroute A87

0 1 2 km

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.



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 ministériel¹⁷.

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 ;
- Dépasse les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.

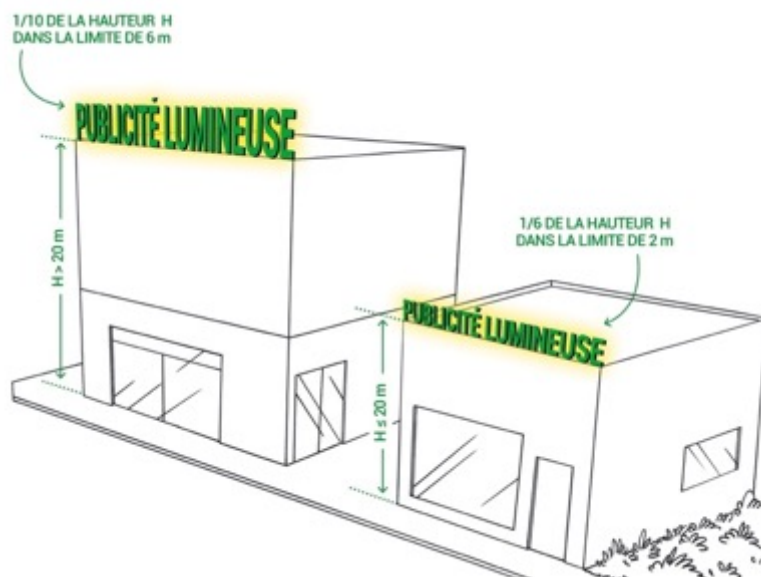


Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la

¹⁷ arrêté ministériel non publié à ce jour

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 ≤ 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 ≤ 8 m²

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁸, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² 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.

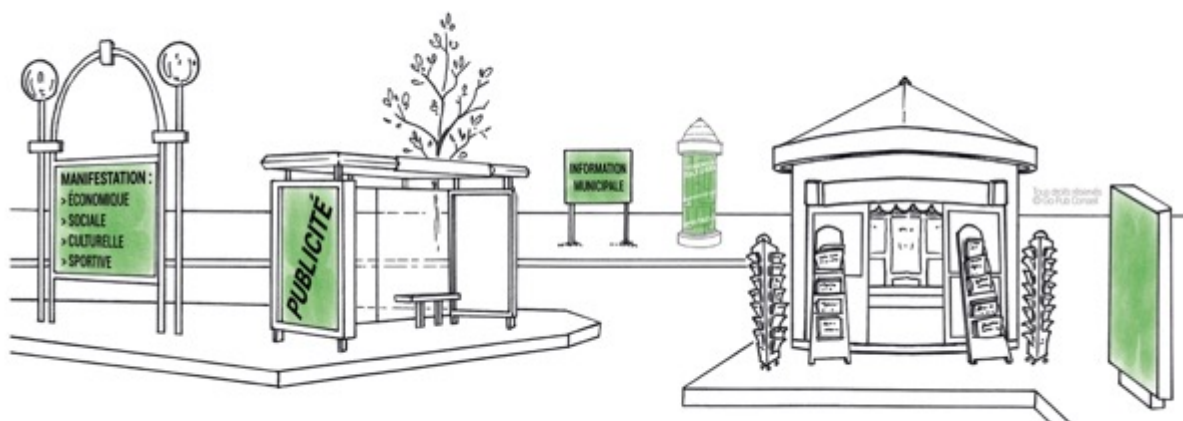
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- 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.

¹⁸ arrêté ministériel non publié à ce jour

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 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 :

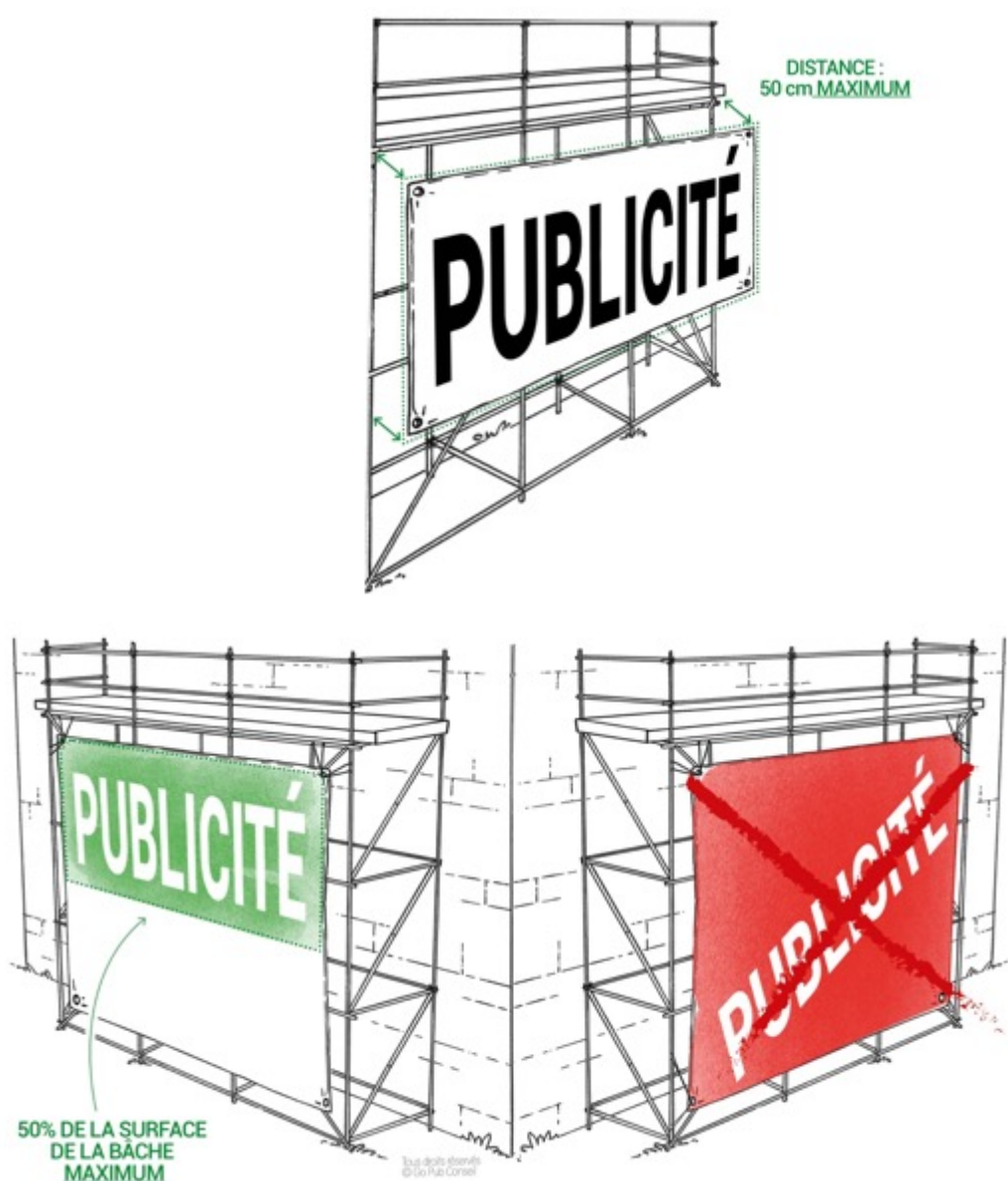
- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

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.

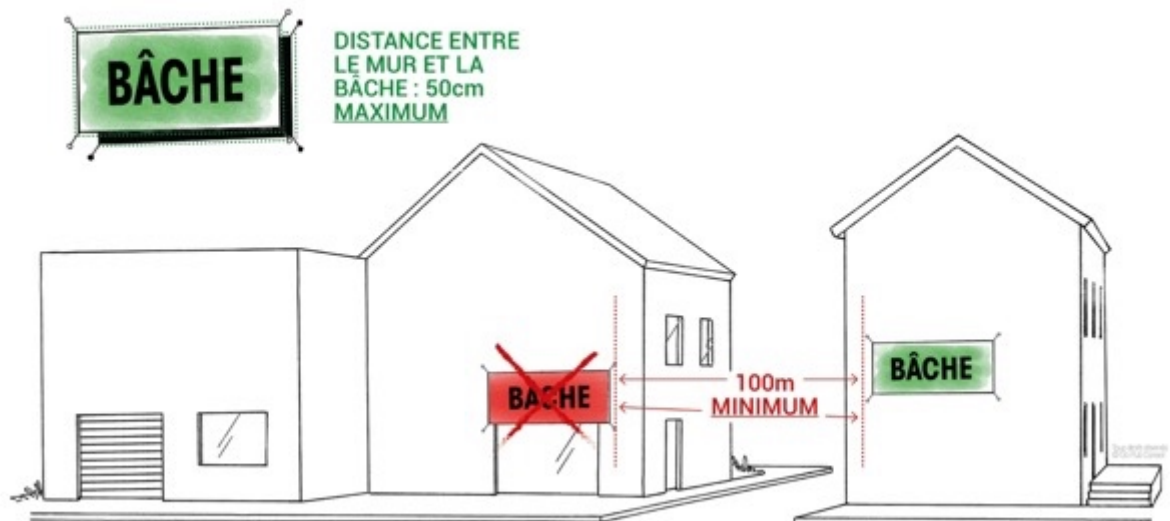
Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier $\leq 50\%$ de la surface de la bâche¹⁹



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

Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². 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.

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.

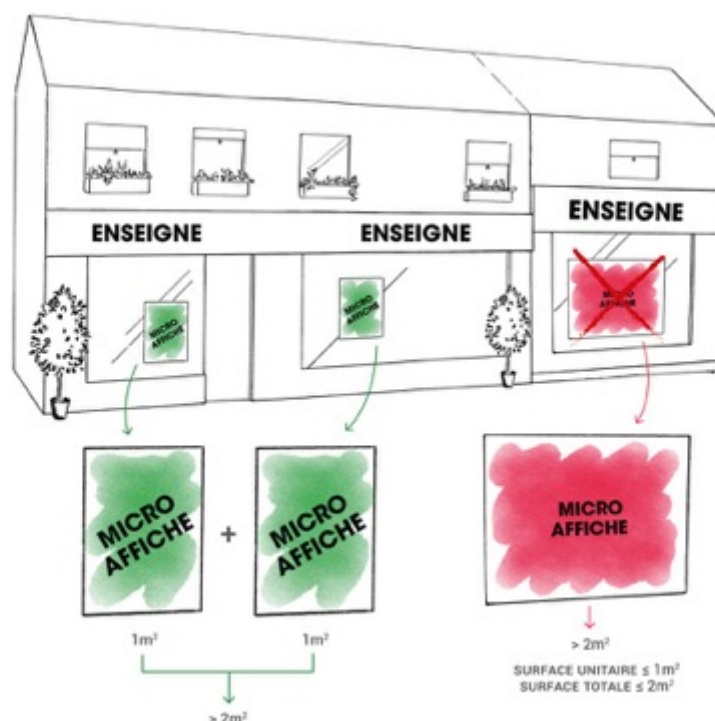
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

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.



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.

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

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

Une enseigne doit être :

- Constituée par des matériaux durables,
- Maintenue 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).

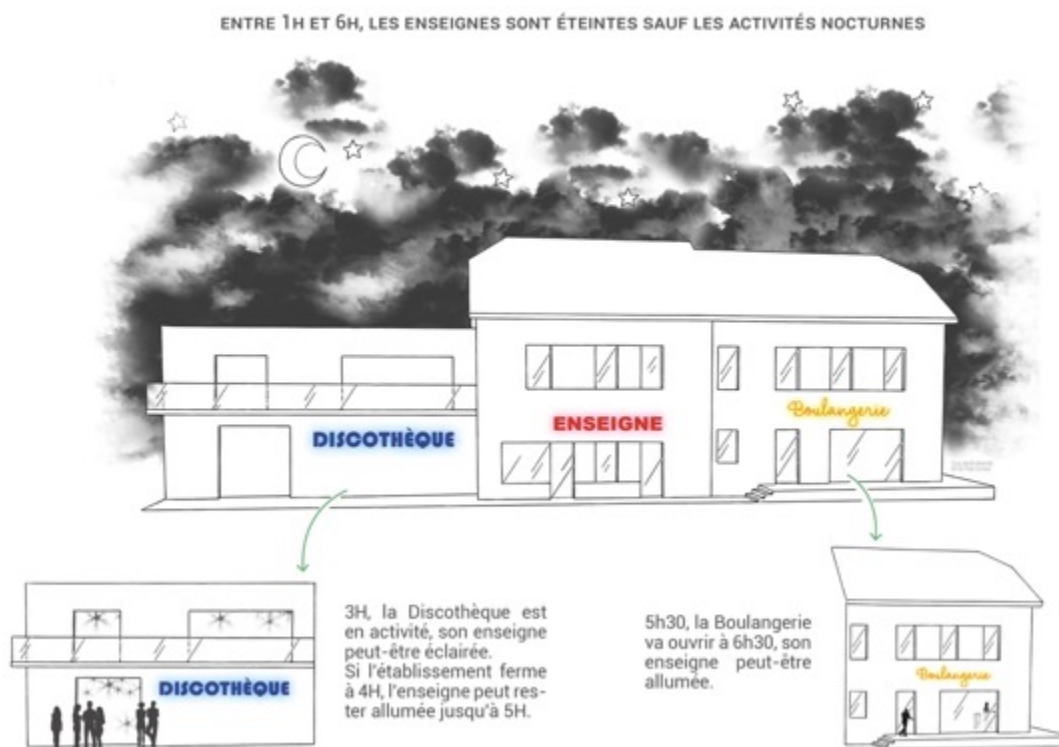
Les enseignes lumineuses

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 ministériel²⁰.

Elles sont éteintes²¹ 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

²⁰ arrêté non publié à ce jour

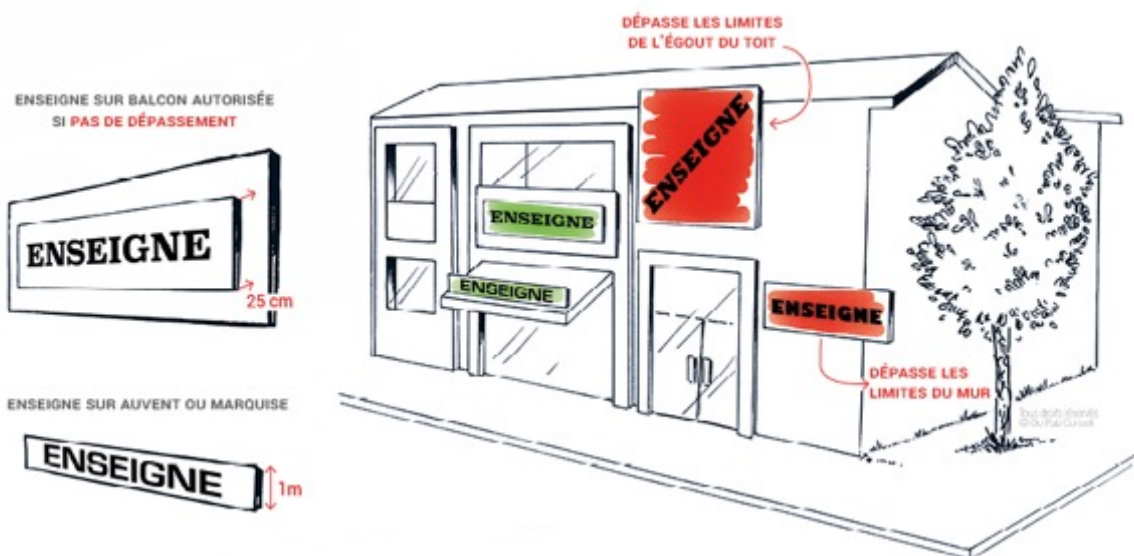
²¹ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

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 :

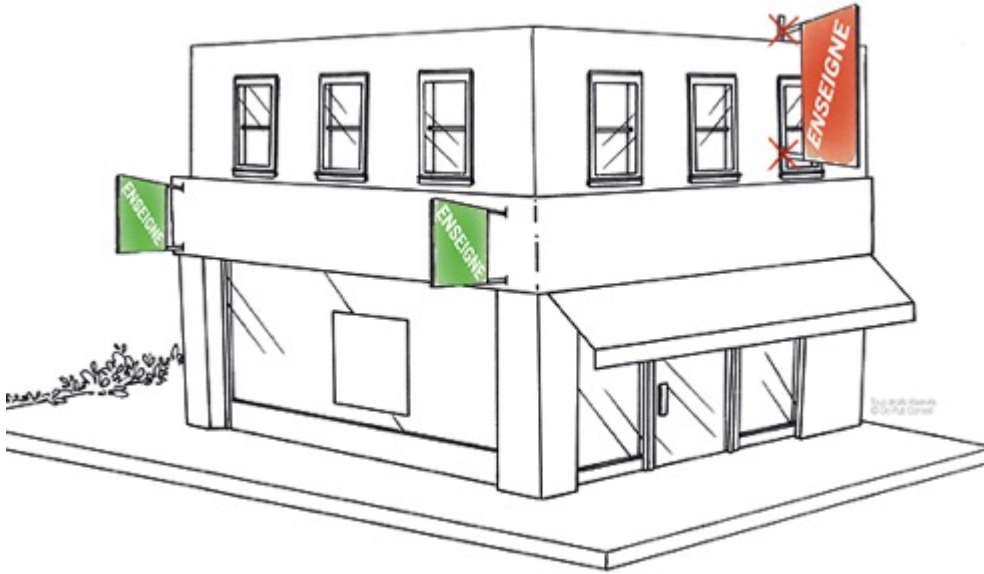
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



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).

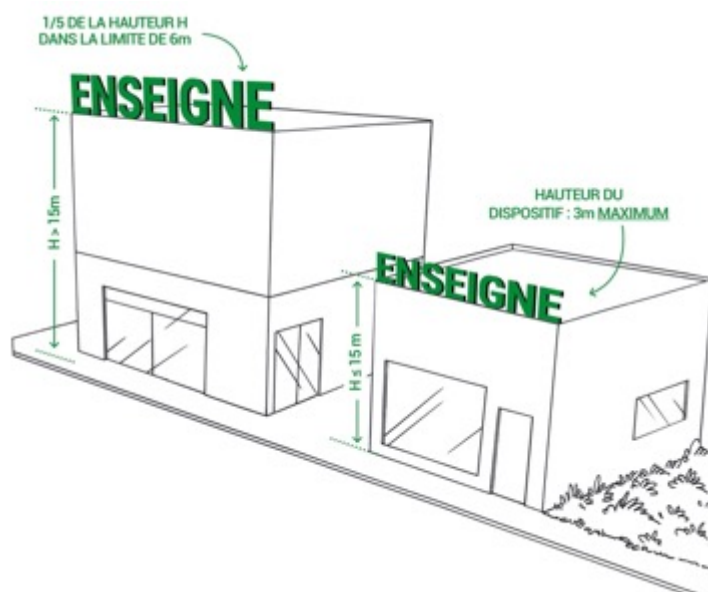


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

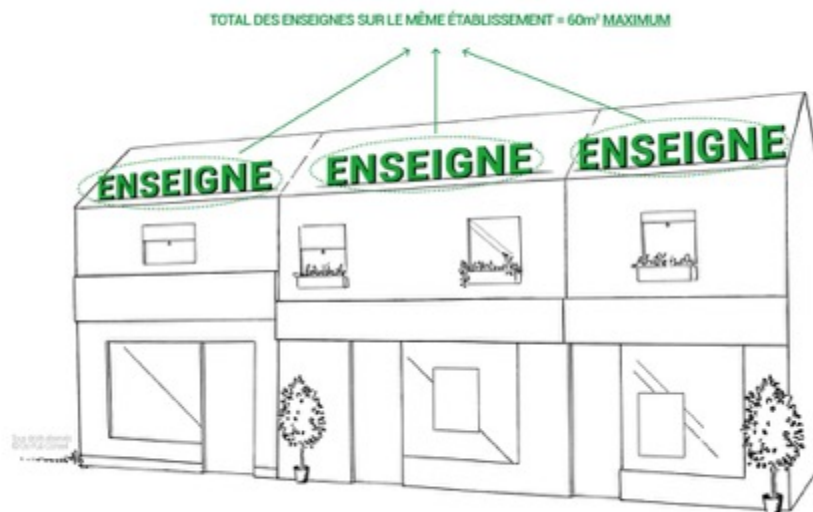
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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.

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



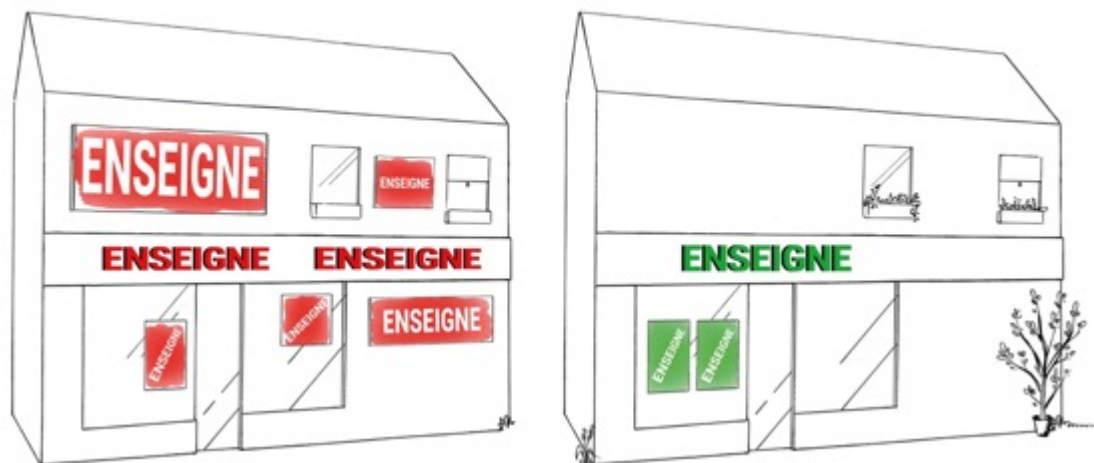
Surface cumulée²² des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



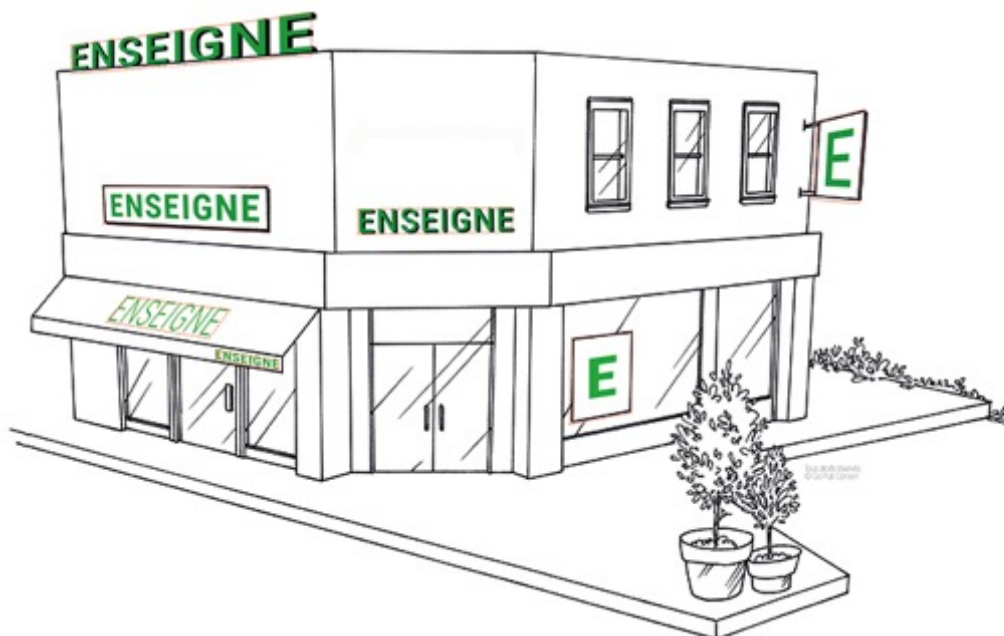
²² Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²³ 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 m².



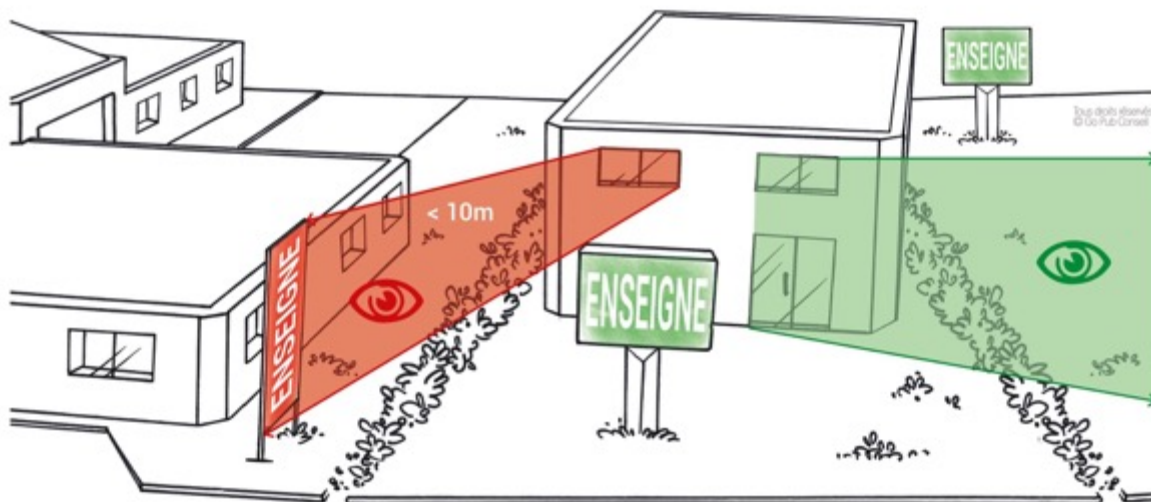
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



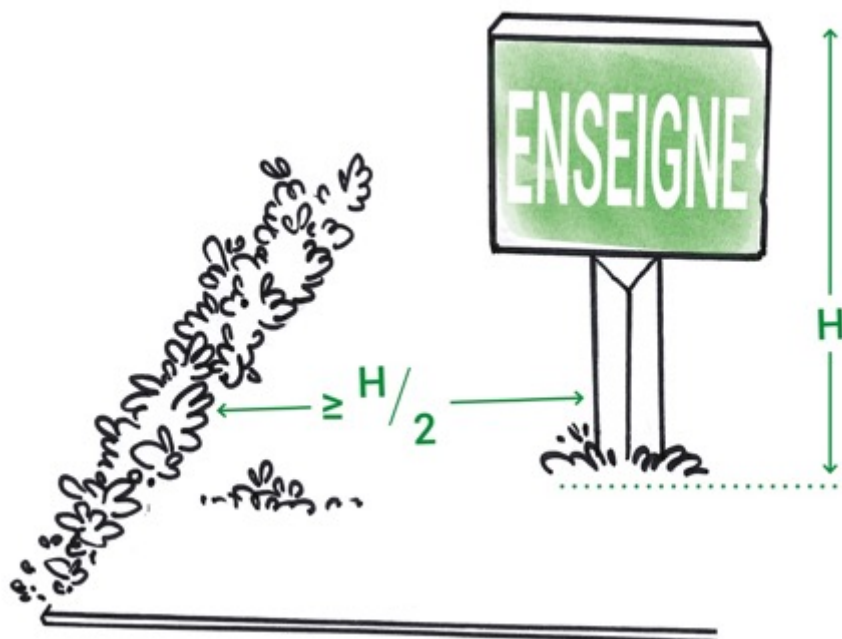
²³ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

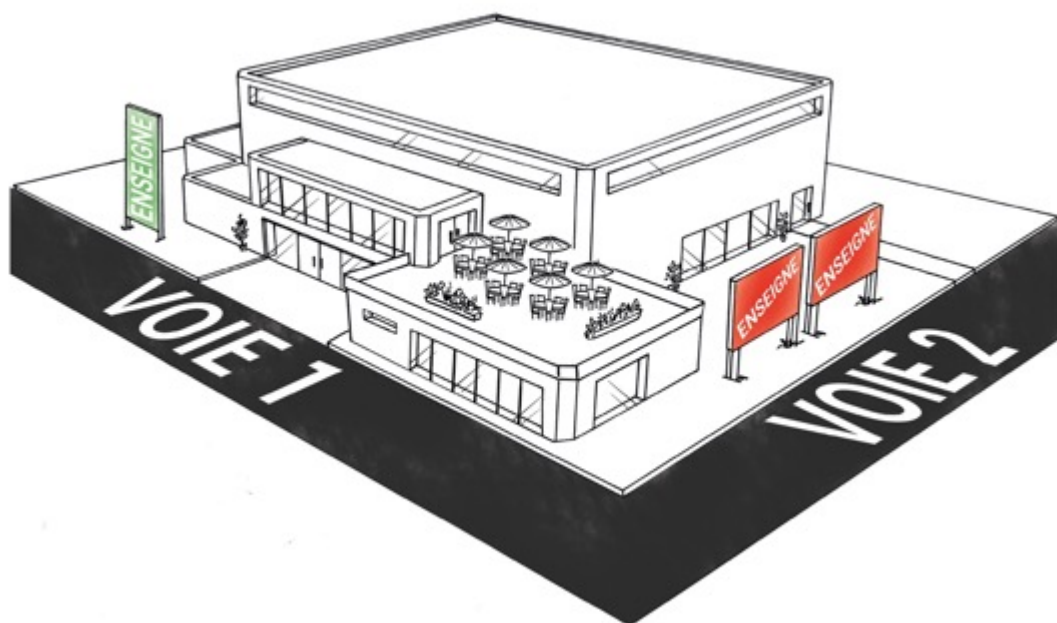
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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.



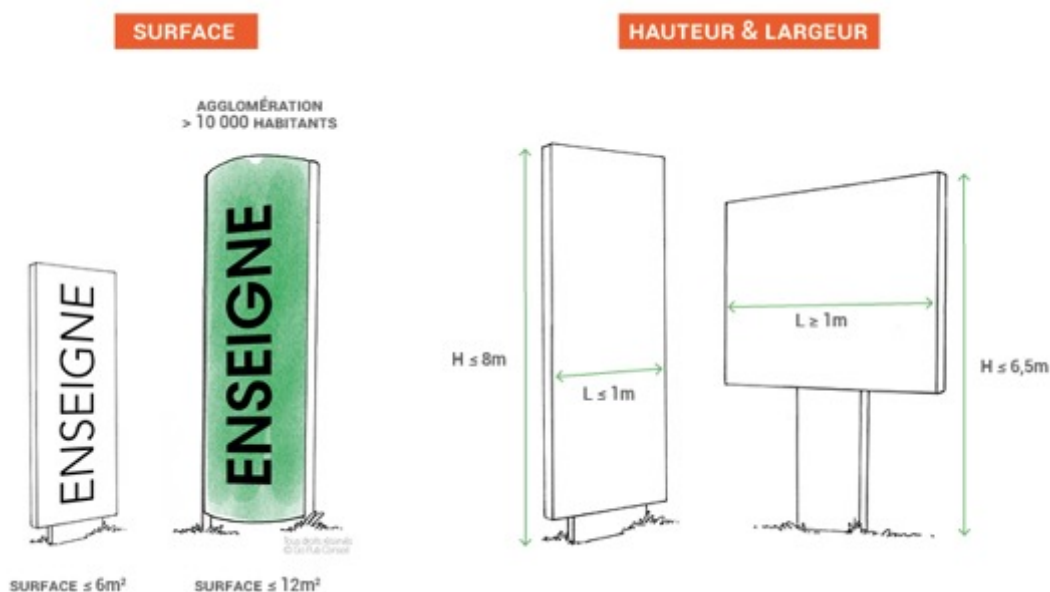
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m² (les agglomérations secondaires de Fréjus). Elle est portée à 12 m² 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.



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 éteintes²⁴ 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 ministériel²⁵.

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

- Saillie ≤ 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 ≤ 60 m²

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

- 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 ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

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

²⁵ arrêté non publié à ce jour

e) La réglementation locale

La commune de Fréjus dispose d'un règlement local de publicité depuis le 1^{er} 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 ».

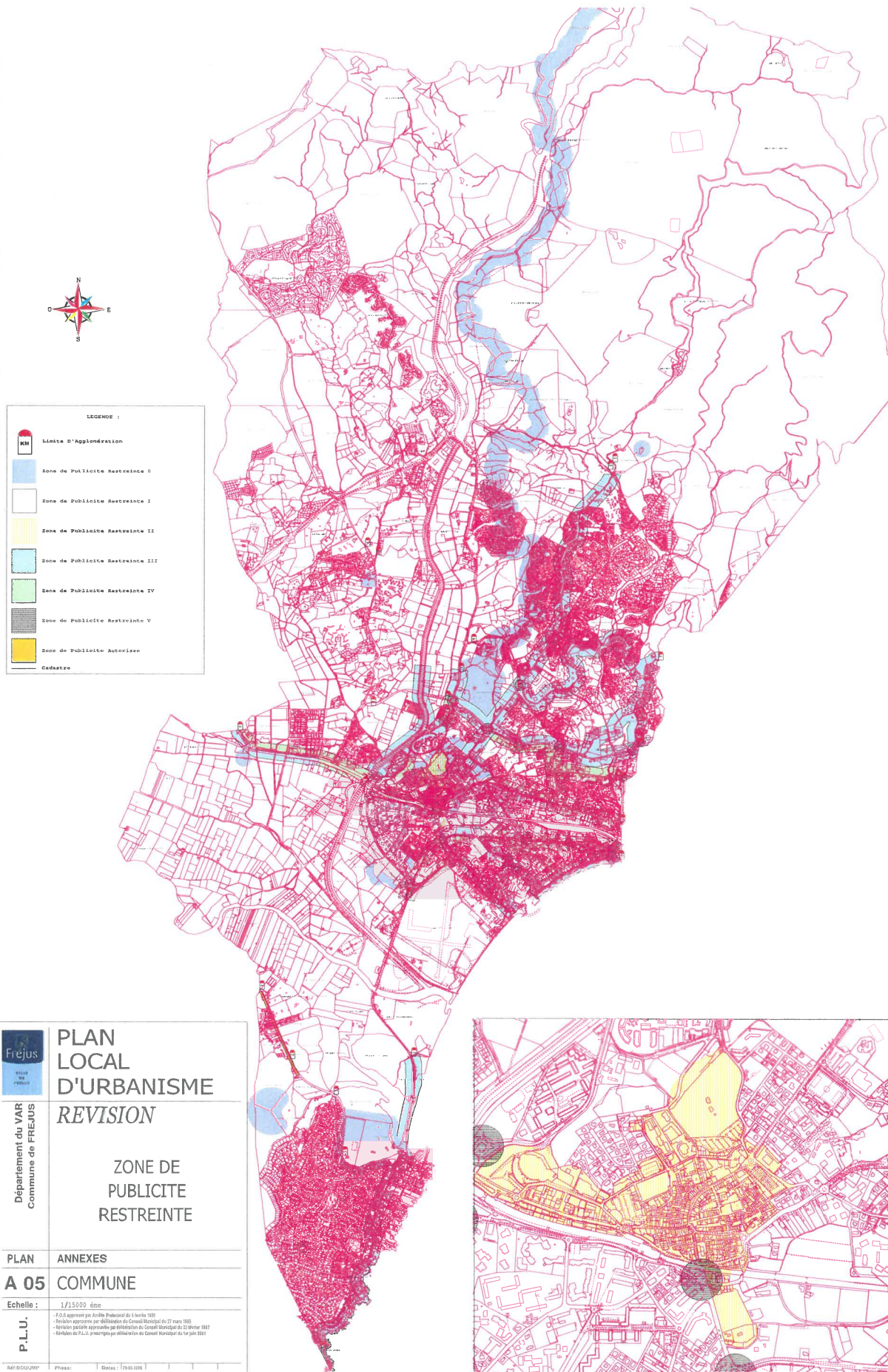
La réforme de la loi « *Grenelle II* » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité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

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.

²⁶ Article L.581-14 du Code de l'environnement



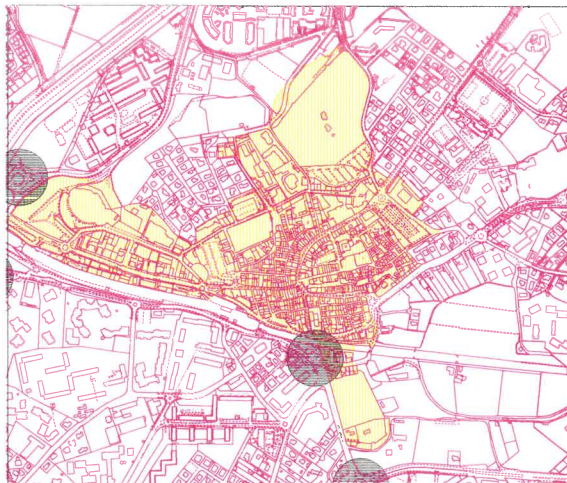


PLAN LOCAL D'URBANISME
REVISION

Département du VAR
Commune de FREJUS

ZONE DE PUBLICITE RESTREINTE

PLAN	ANNEXES
A 05	COMMUNE
Echelle : 1/15000ème	
P.L.U. - P.L.U. approuvé par l'Assemblée Plénière du 4 février 1993 - Révisé par délibération du Conseil Municipal du 27 mars 1995 - Révisé par délibération du Conseil Municipal du 23 février 1997 - Révisé par délibération du Conseil Municipal du 1er juin 2004	
NAF: B0400000	Phase: Date: 1995-2000



	ZPR0	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4	ZPR5	ZPA
Interdiction / Dérogation	Toute publicité excepté la publicité apposée sur mobilier urbain et « <i>l'information liée directement à l'exploitation de l'Amphithéâtre romain et du Théâtre romain est autorisée rue Henri Vadon et Avenue du Théâtre romaine sur panneaux mobiles exclusivement devant les 2 monuments précités et durant la saison estivale (1^{er} mai – 30 sep.).</i> »		Toute publicité excepté la publicité apposée sur mobilier urbain. Les véhicules terrestres à moteur supportant de la publicité sont expressément interdits en ZPR2.	Toute publicité excepté 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 ²			Limitée à 12m ²		
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol		Limitée à 12m ² + Bardage obligatoire pour les dispositifs dont une seule face est exploitée			Limitée à 12m ² + Bardage obligatoire pour les dispositifs dont une seule face est exploitée		Limitée à 12m ²
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. <u>Sur le domaine ferroviaire</u> : 1 dispositif est autorisé tous les 150m.			<u>Pour les unités foncières inférieures à 20m linéaires</u> : 0 publicité scellée au sol autorisée / 1 publicité murale autorisée <u>Pour les unités foncières entre 20m et 100m linéaires</u> : 1 publicité scellée au sol autorisée / 1 publicité murale supplémentaire autorisée <u>Pour les unités foncières supérieure 100m linéaires</u> : 1 publicité scellée au sol supplémentaire autorisée avec une interdistance de 50m / 1 publicité murale supplémentaire autorisée <u>Sur le domaine ferroviaire</u> : 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	Interdite	Autorisée					
Publicité apposée sur palissade de chantier	Limitée à 12m ²						
Publicité apposée sur mobilier urbain	Limitée à 2m ²						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 ²

	ZPRO	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.	Non spécifié – règles nationales			
Enseigne parallèle au mur	Non spécifié – règles nationales		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 0,40m² Les journaux lumineux sont autorisés uniquement à l'intérieur des vitrines commerciales.	Non spécifié – règles nationales			
Enseigne perpendiculaire au mur	Non spécifié – règles nationales		Ne doivent pas dépasser l'appui des baies du 1 ^{er} étage. 1 seule enseigne perpendiculaire par activité	Non spécifié – règles nationales			
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Limitée à 4m² 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 4m² et 6m de hauteur. 1 par voie bordant l'activité.	Non spécifié – règles nationales	Limitée à 8m² 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 8m² 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 8m² 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 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 délais de mise en conformité

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 zones 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

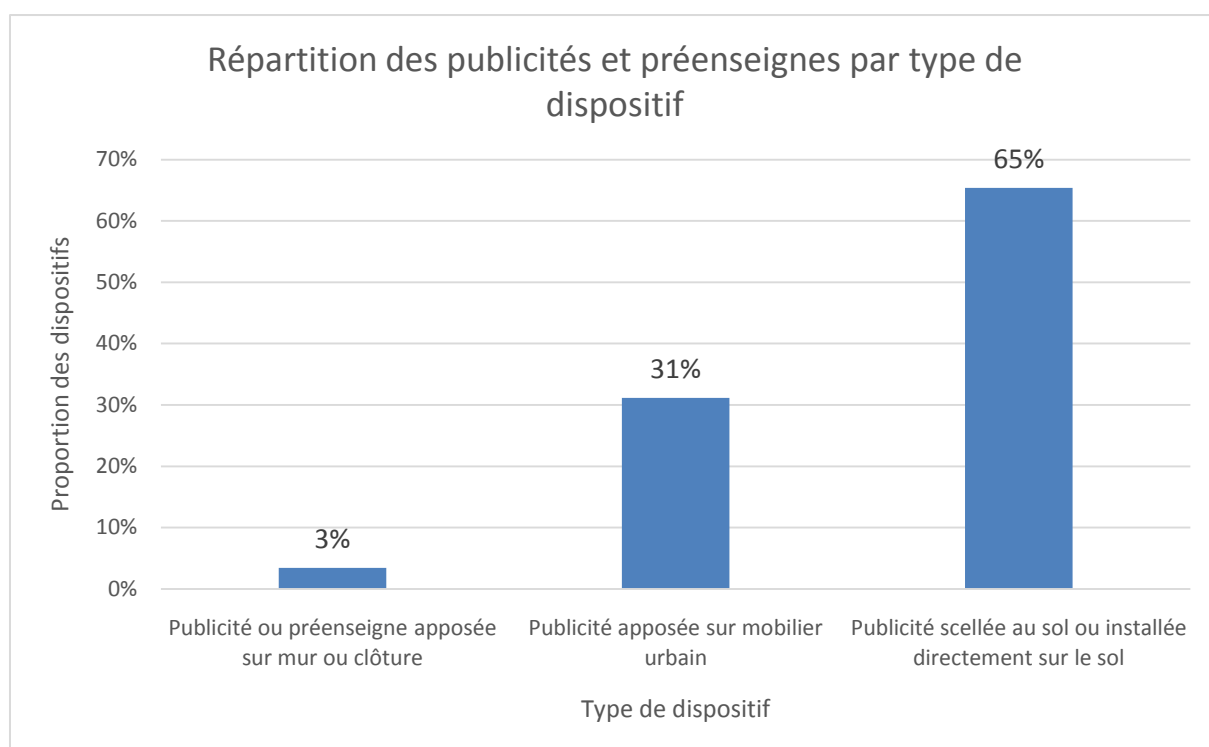
Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

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

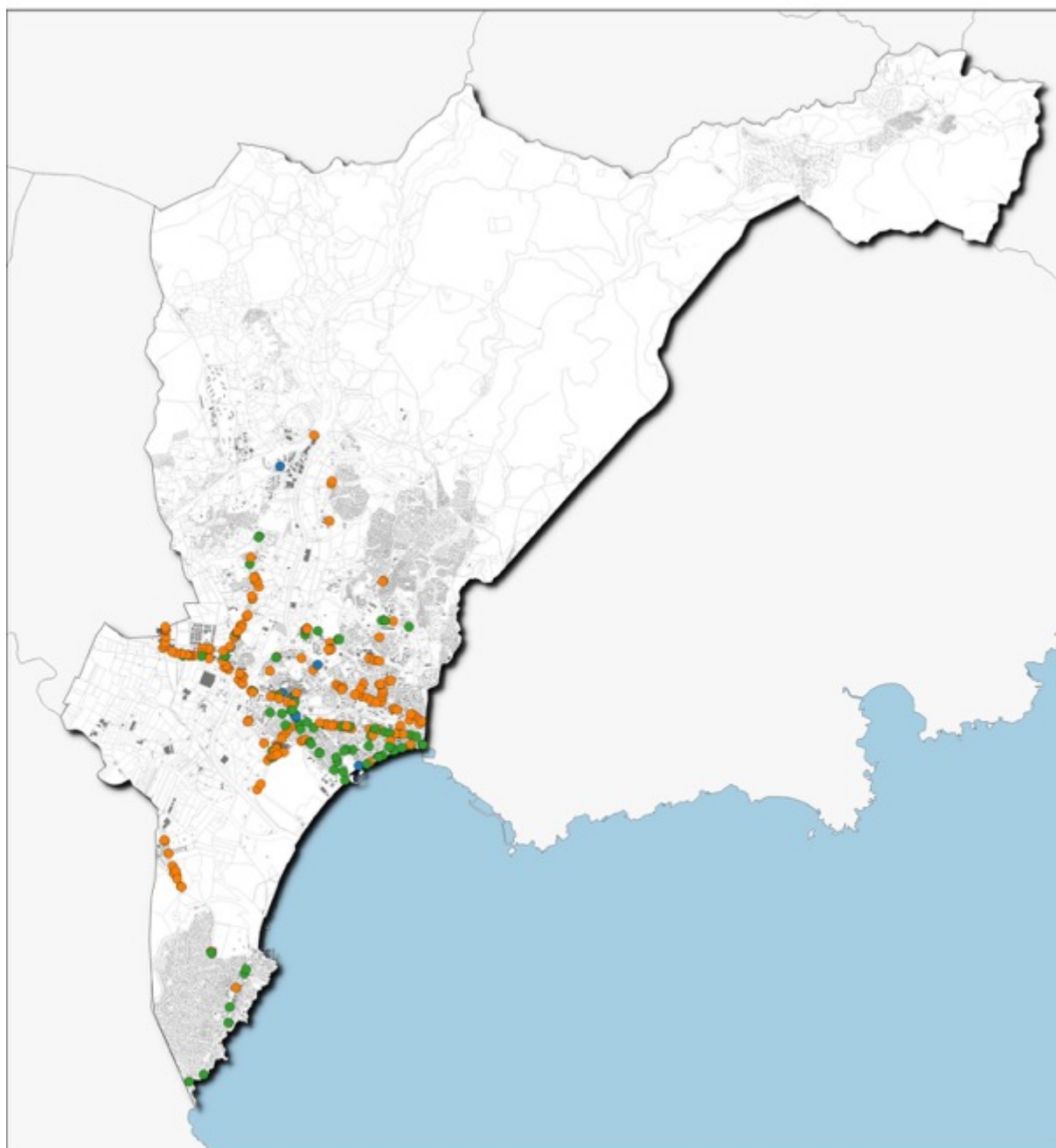
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à 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 :



Au total, 289 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal dont 90 dispositifs apposés sur mobilier urbain. Elles représentent au total 1664m² de surface d’affichage hors mobilier urbain.

Localisation des publicités et préenseignes



Légende

Types de dispositifs

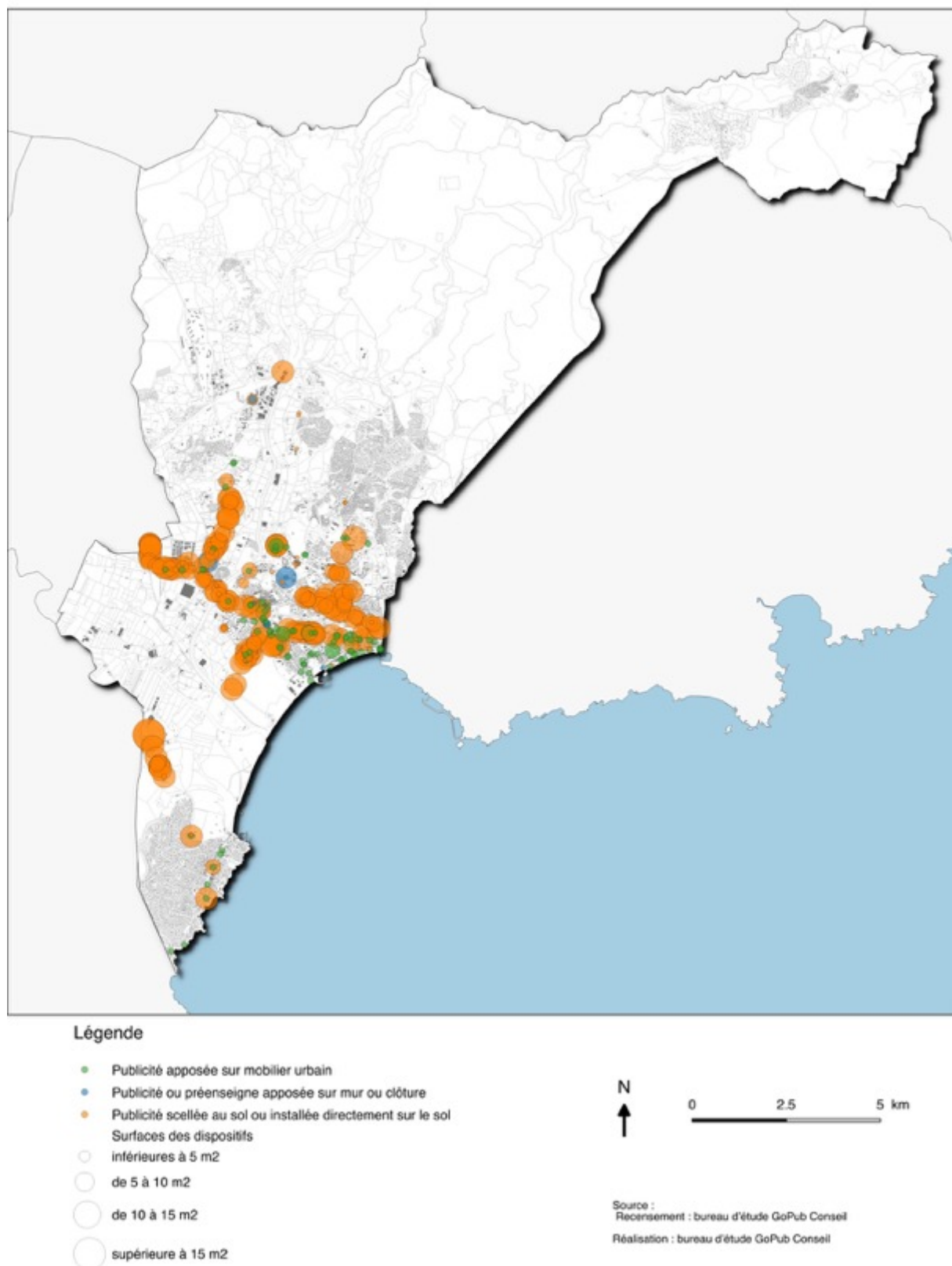
- Publicité apposée sur mobilier urbain
- Publicité ou préenseigne apposée sur mur ou clôture
- Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol



0 2.5 5 km

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

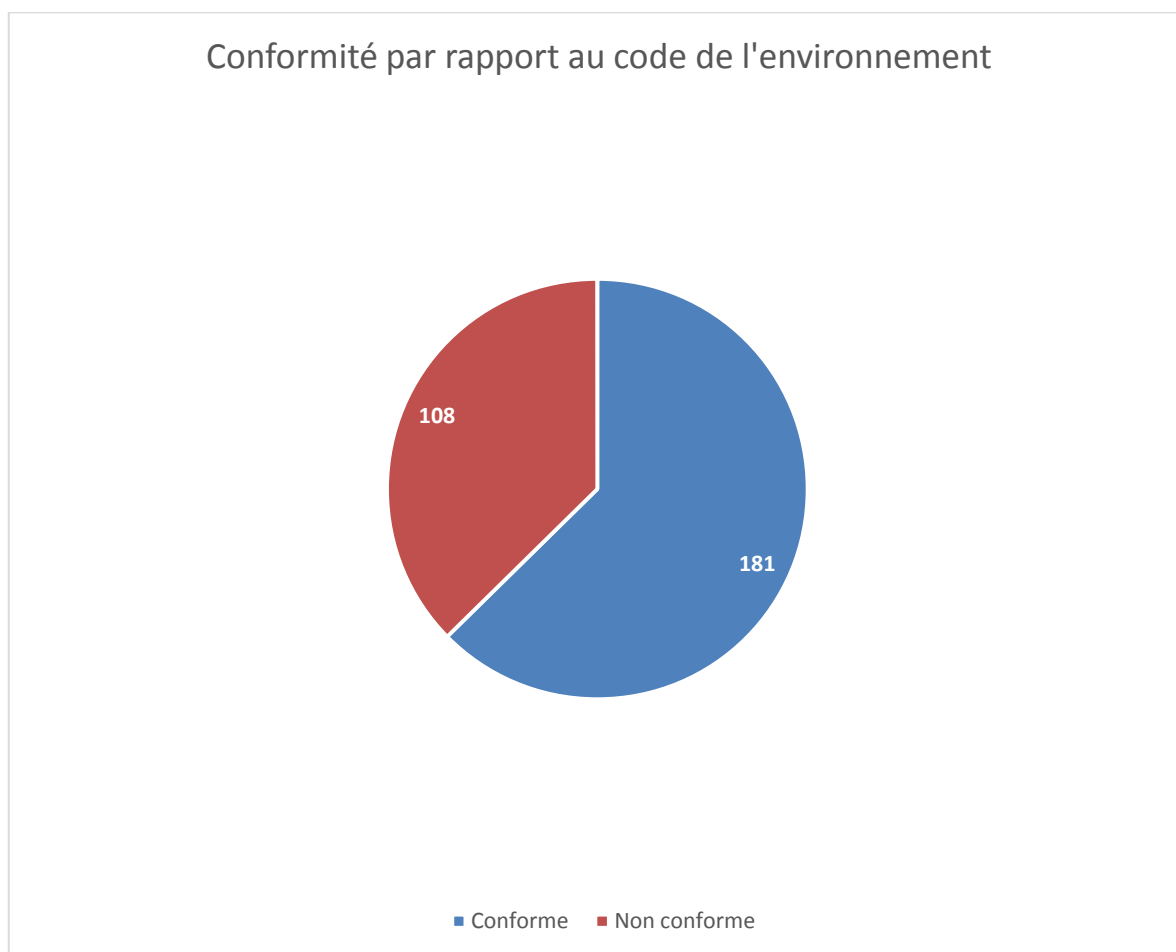
Localisation et surfaces des publicités et préenseignes



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

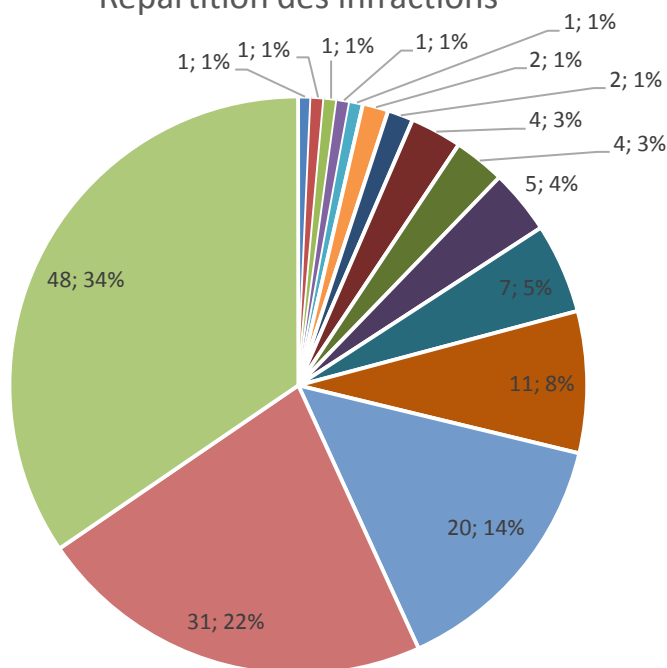
sur mobilier urbain se retrouvent dans le centre-ville et sur le port de Fréjus. Les dispositifs apposés au mur se situent presque essentiellement en centre-ville.

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



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 :

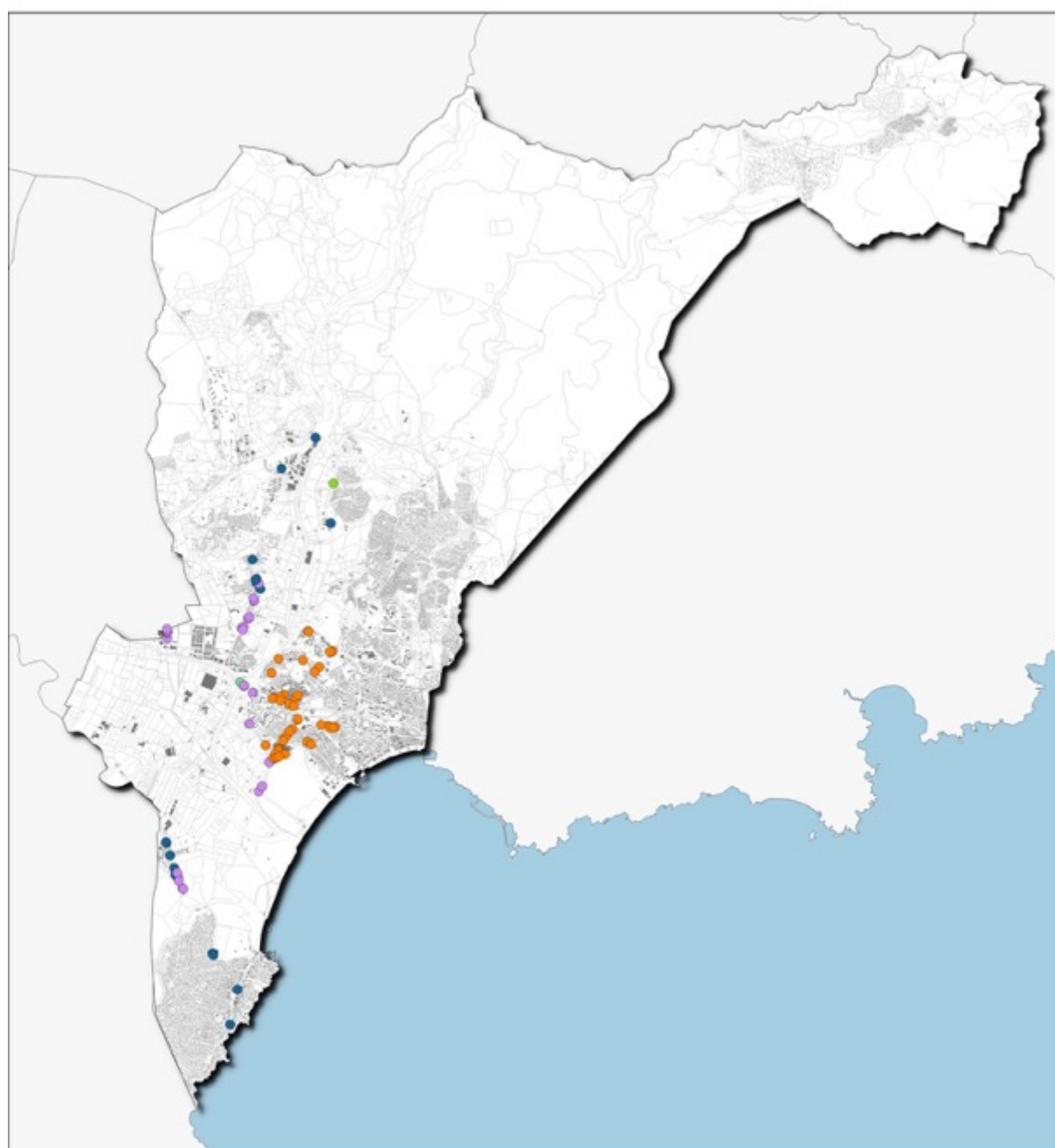
Répartition des infractions



- 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 concernent 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 SPR (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.



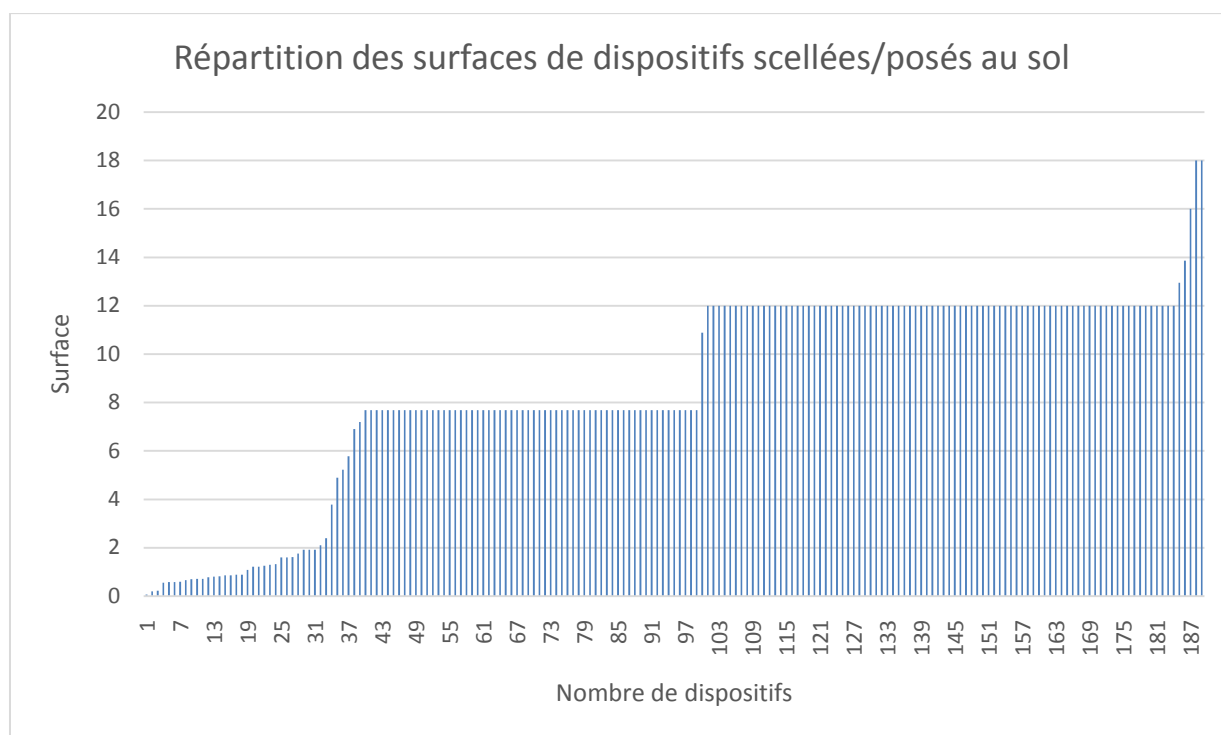
Dispositifs ne respectant pas la règle H/2 (Art.R.581-33 C. env.) – Fréjus, avril 2019



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 7,6m² et près de 50% des dispositifs possédant une surface de 12m², 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 12m² 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



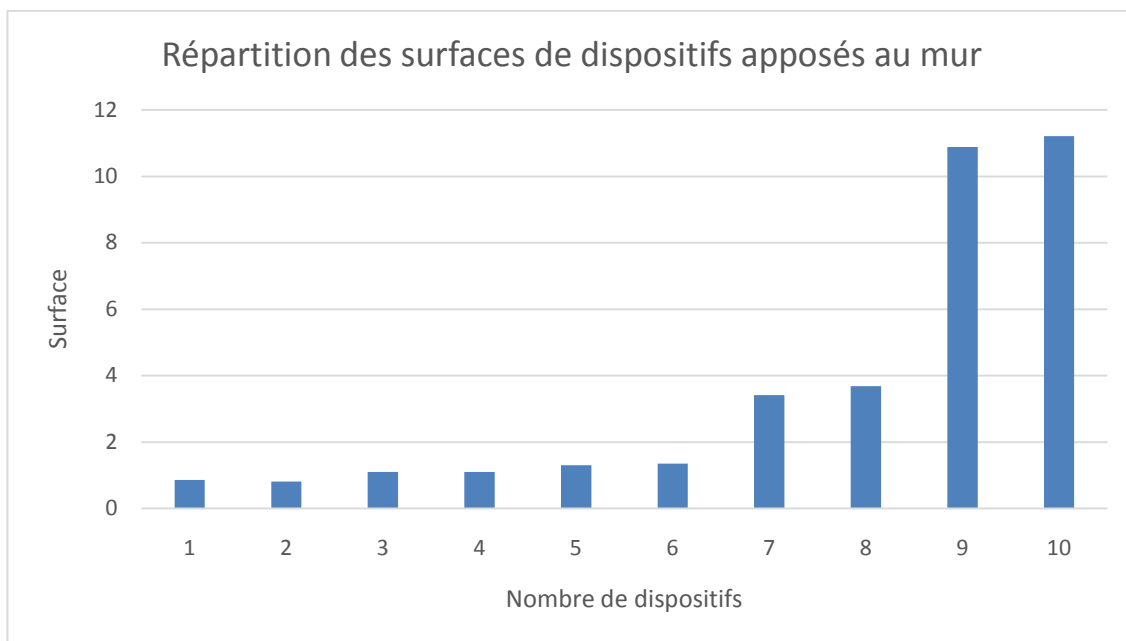
Dispositifs scellés au sol avec passerelle – Fréjus, avril 2019



Dispositifs scellés au sol en infraction, à gauche surface dépassant les 12m2, 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 4m², et deux atteignent 12m².



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 :



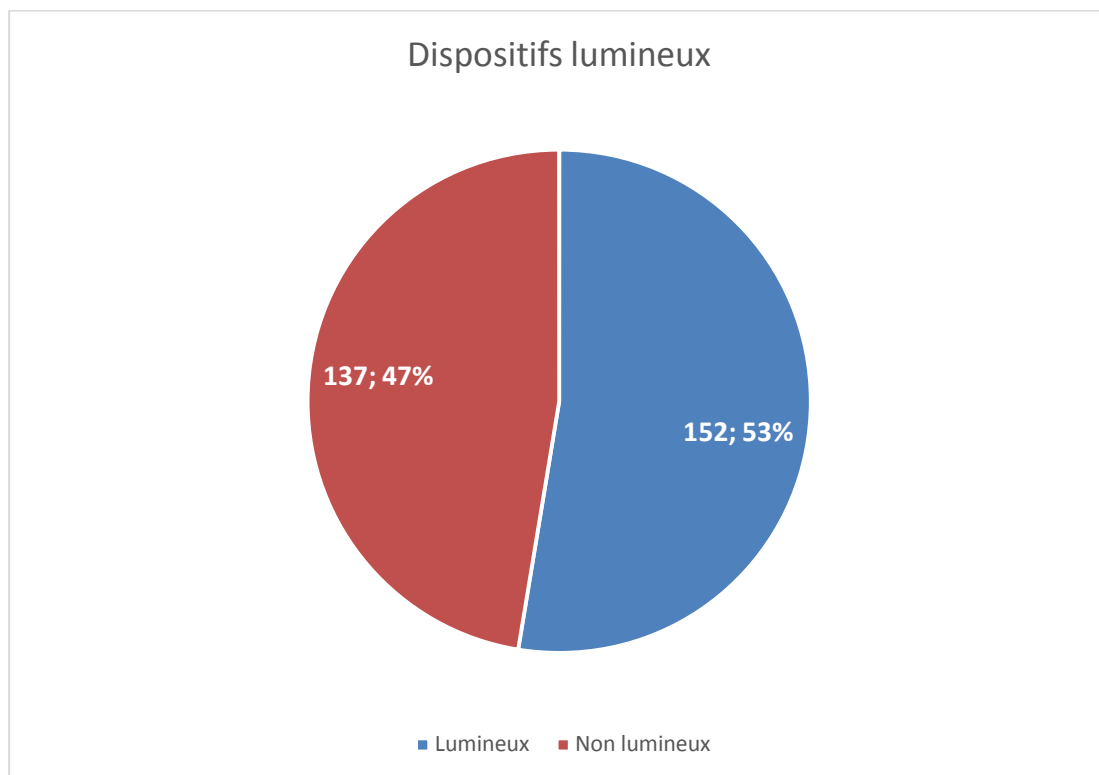
Dispositifs apposés sur clôture non aveugle— Fréjus, avril 2019



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.



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



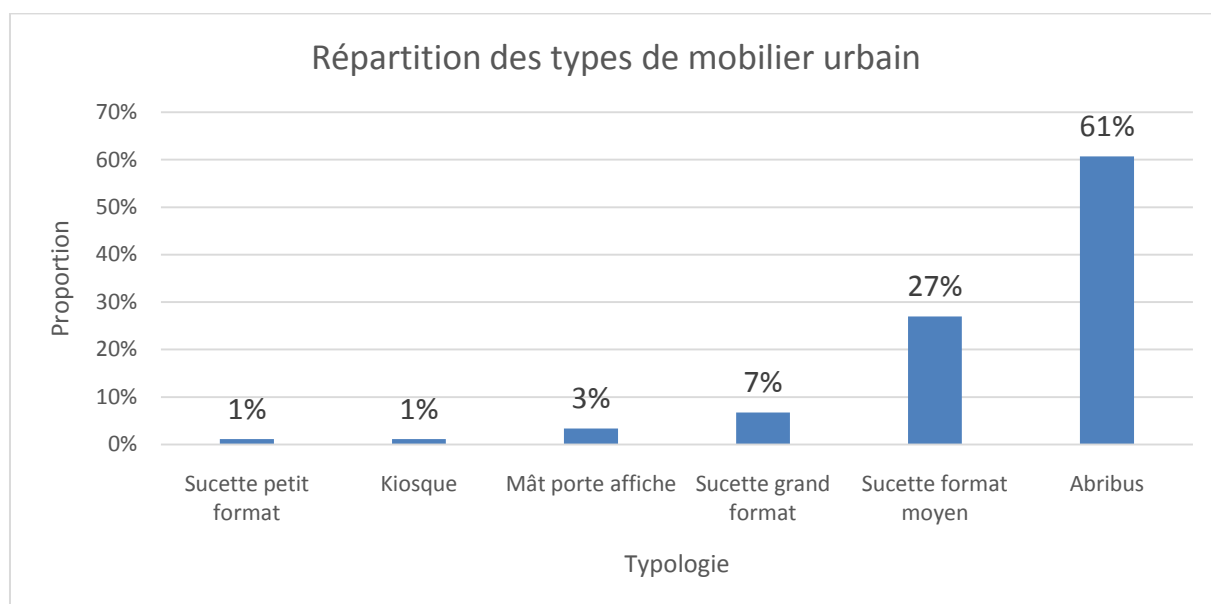
Dispositif numérique – Fréjus, avril 2019

Les publicités/préenseignes supportées par le mobilier urbain

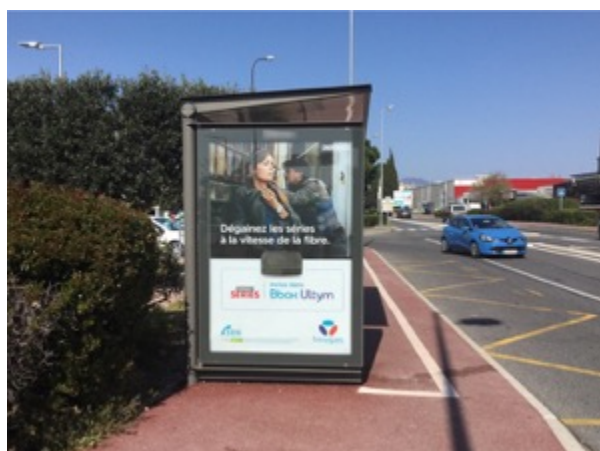
Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories. Quatre sous-catégories de publicité apposée sur mobilier urbain sont présentes sur Fréjus, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité commerciale d'un format de 2m^2 ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés communément « sucette » de 8m^2 et 2m^2 ;
- 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^2 qui comptent 24 dispositifs.



Abris destinés au public – Fréjus, avril 2019



Sucettes de 2m² – Fréjus, avril 2019



A gauche, mât porte affiche, à droite Sucette de 8m² – 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 50m², le cumul des surfaces des enseignes ne peut dépasser 25% de la surface de la façade. Lorsque la surface de façade est supérieure à 50m², 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 :

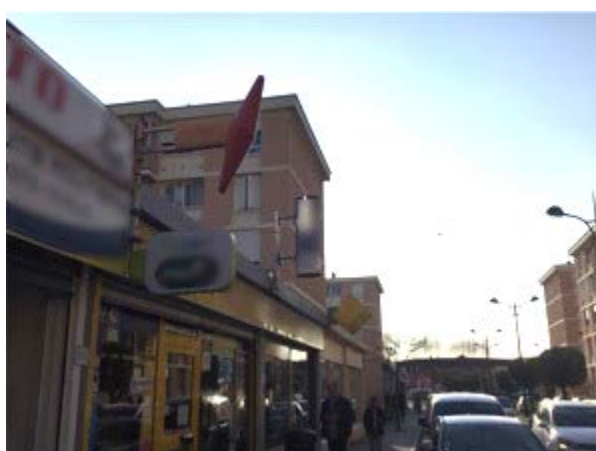
Les enseignes perpendiculaires au mur disposent généralement de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent 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 chevalet. 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 4m² 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 6m².

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 12m², 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 du SPR 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. Cette zone de publicité n°1 est divisée en 3 sous-secteurs :
 - o La zone de publicité n°1-A (ZP1A) : qui couvre le secteur 1 du SPR ;
 - o La zone de publicité n°1-B (ZP1B) : qui couvre le SPR en dehors de son secteur 1 ;
 - o La zone de publicité n°1-C (ZP1C) : qui couvre les espaces en dehors du SPR cités ci-avant.
- 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 exception²⁷.

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

²⁷ Cf. p. 19 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017²⁸, 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 Nancy²⁹, 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.

Dans l'optique d'avoir une cohérence entre les différents documents d'aménagement du territoire et notamment le PLU et le Scot, la commune a choisi de préserver les corridors des trames vertes et bleues de son territoire. La ville a donc interdit les publicités et préenseignes dans les corridors d'intérêt extra communal à préserver, pour favoriser la protection de son patrimoine naturel et la qualité de son cadre de vie. Cette règle locale permet également de maintenir la qualité et le bon fonctionnement de ces continuités écologiques.

En ZP1 (SPR, 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-visibilité³⁰) dans les conditions définies ci-avant. L'objectif de cette réglementation locale est de tenir compte du patrimoine architectural particulièrement riche présent sur Fréjus (29 monuments historiques classés ou inscrits présents sur le territoire, un Site Patrimonial Remarquable (subdivisé 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*³¹ », 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.

En ZP1-A (secteur n°1 du SPR), 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 3 mètres au-

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

²⁹ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

³⁰ « *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).

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

dessus du niveau du sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite dans cette zone.

En ZP1-B (le SPR en dehors de son secteur 1), la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence ou non lumineuse 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. La publicité numérique lorsqu’elle est 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.

En ZP1-C (en dehors du SPR), 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 nationale³² 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

³² Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l’environnement.

règlementation 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'environnement³³. 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 sol³⁴. La publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale³⁵ 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 limitée à 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur.

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. Par ailleurs, cette règle locale permet également de s'adapter aux horaires de circulation des transports en commun de la ville. En ce

³³ 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.

³⁴ L'article 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.

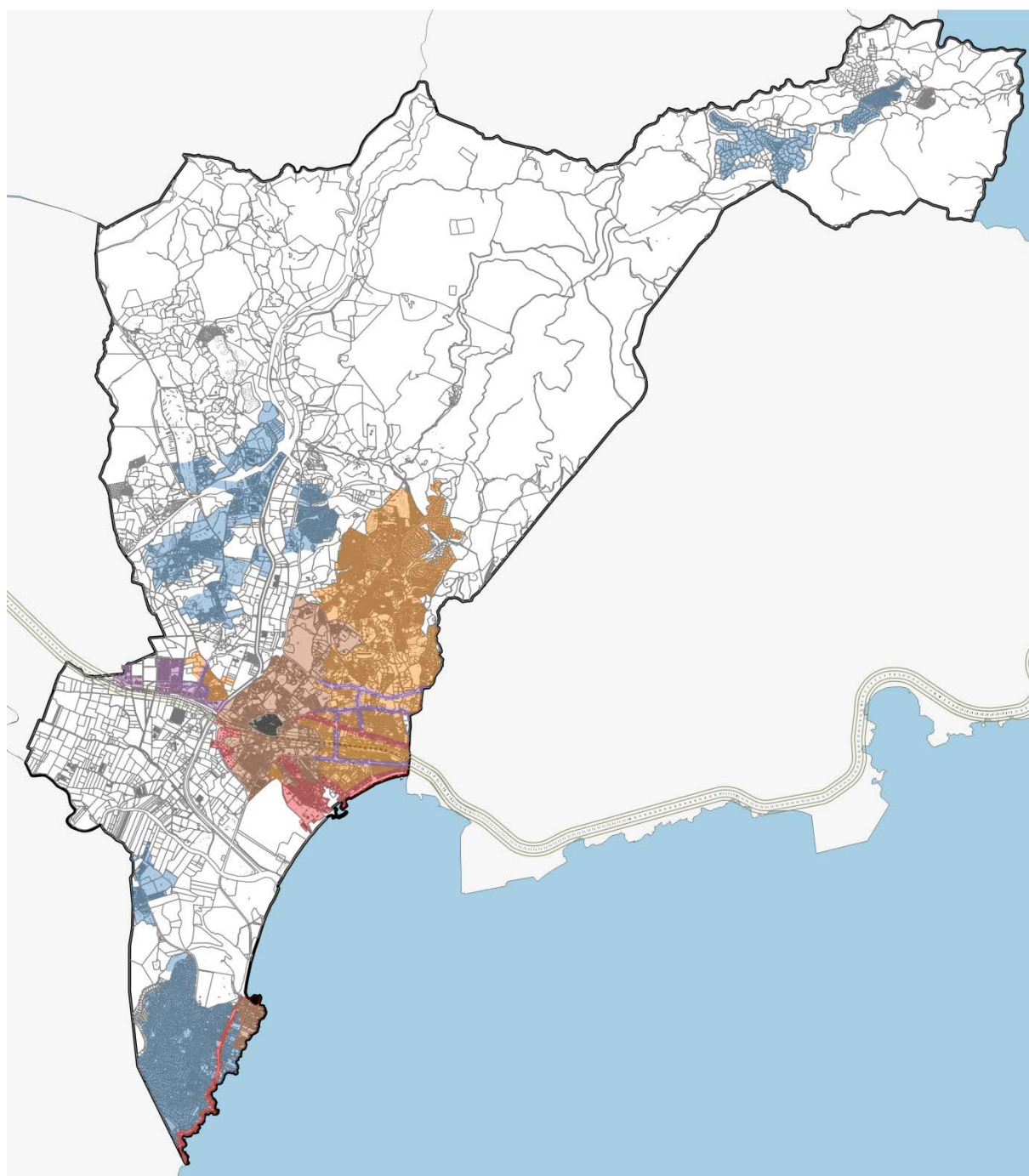
³⁵ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement.

sens, la commune a souhaité être au plus proche des besoins des usagers générés par ce type de support bien spécifique.

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

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

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



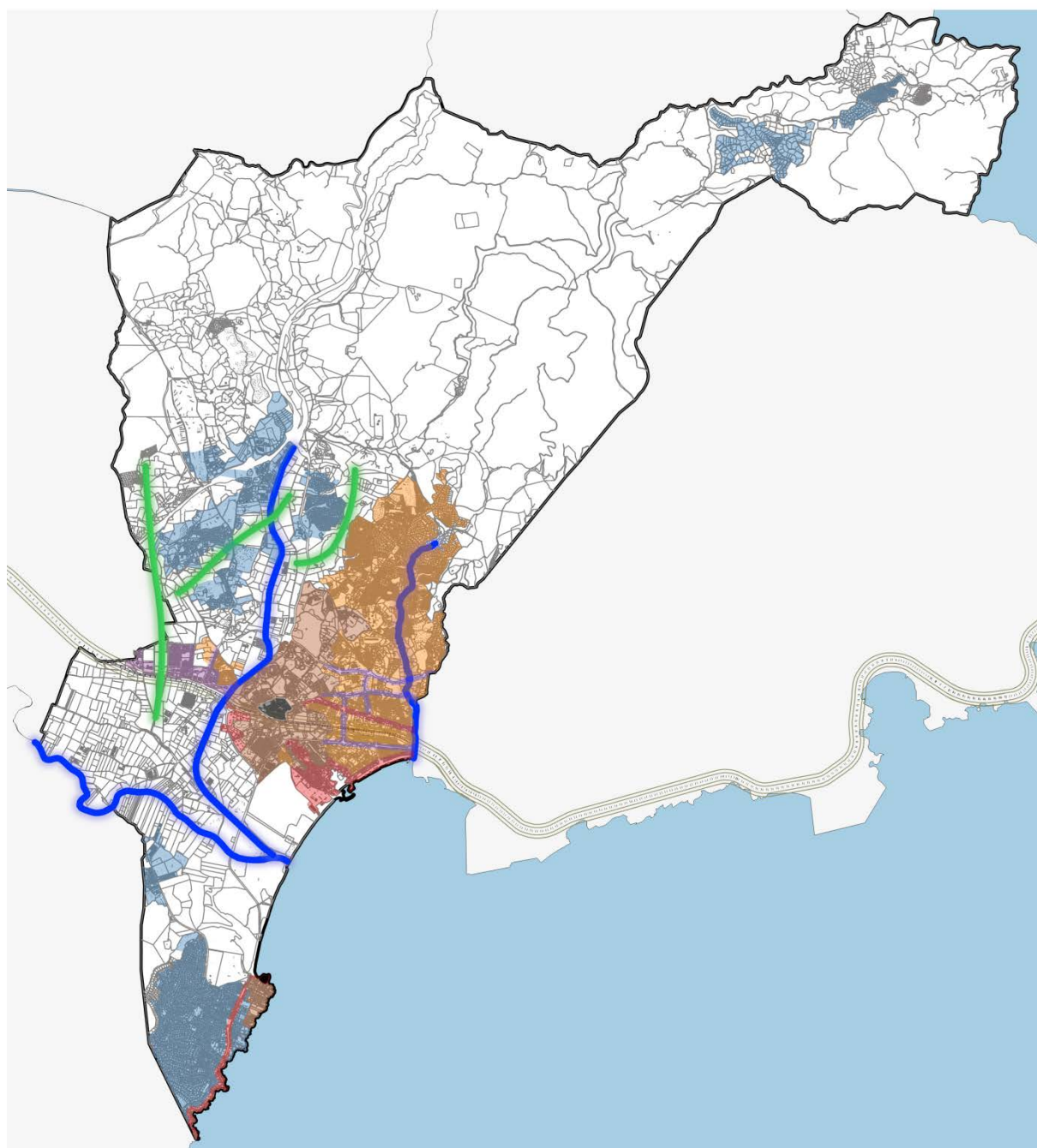
Légende

- ZP1-A : Secteur n°1 du SPR
- ZP1-B : SPR en dehors de son secteur n°1
- ZP1-C : Sites et espaces patrimoniaux à préserver en dehors de la ZP1-A et ZP1-B
- ZP2 : Agglomération principale hors ZP1 et ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités (hors Capitou) et 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

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



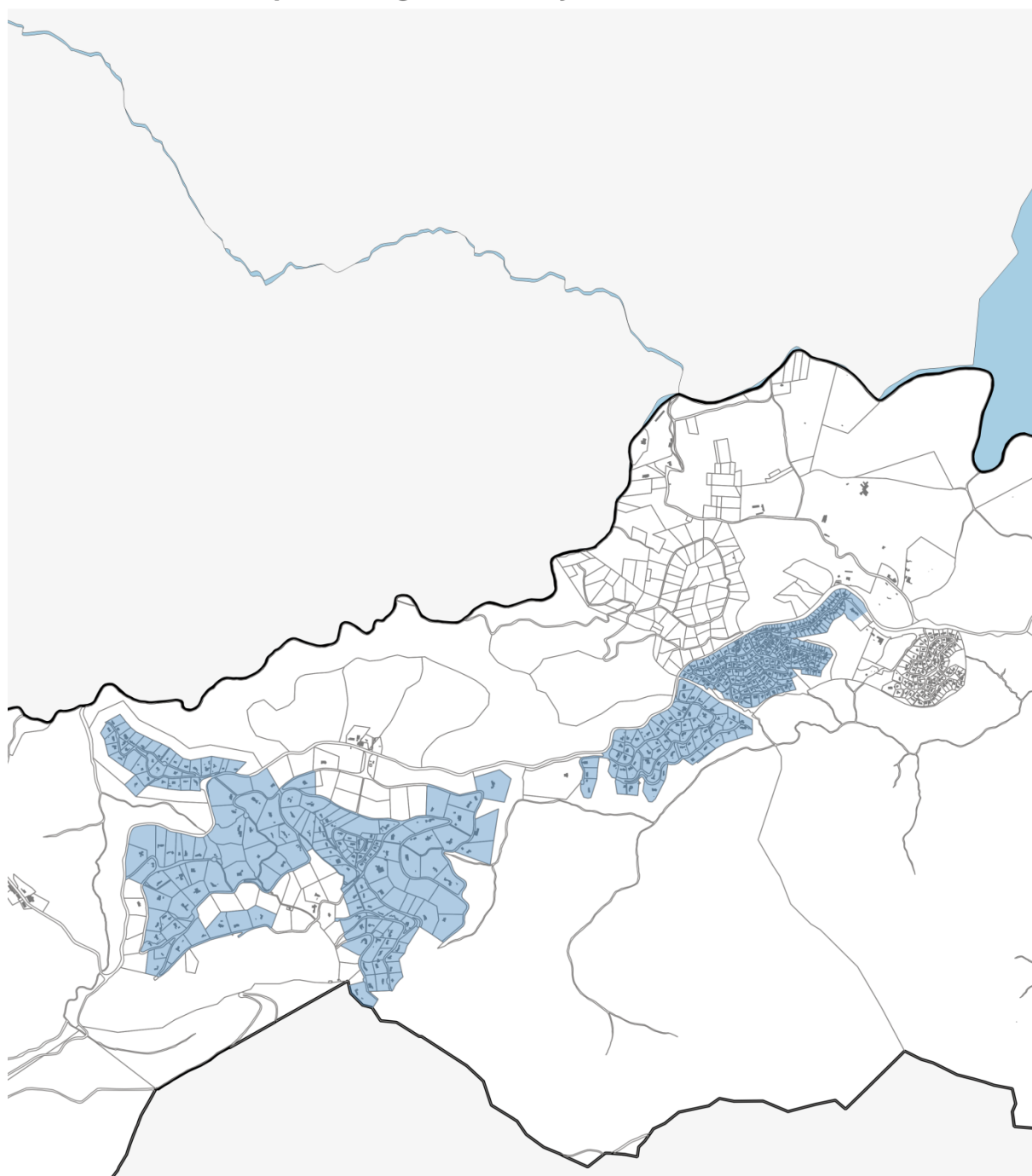
Légende

- ZP1-A : Secteur n°1 du SPR
- ZP1-B : SPR en dehors de son secteur n°1
- ZP1-C : Sites et espaces patrimoniaux à préserver en dehors de la ZP1-A et ZP1-B
- ZP2 : Agglomération principale hors ZP1 et ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités (hors Capitou) et axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes interdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)
- Corridors Trame Verte
- Corridors Trame Bleue



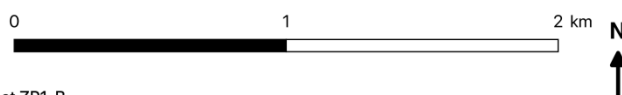
Source :
Zones d'agglomération : bureau
d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI -
Etalab - Commune de Fréjus
Réalisation : bureau d'étude GoPub

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



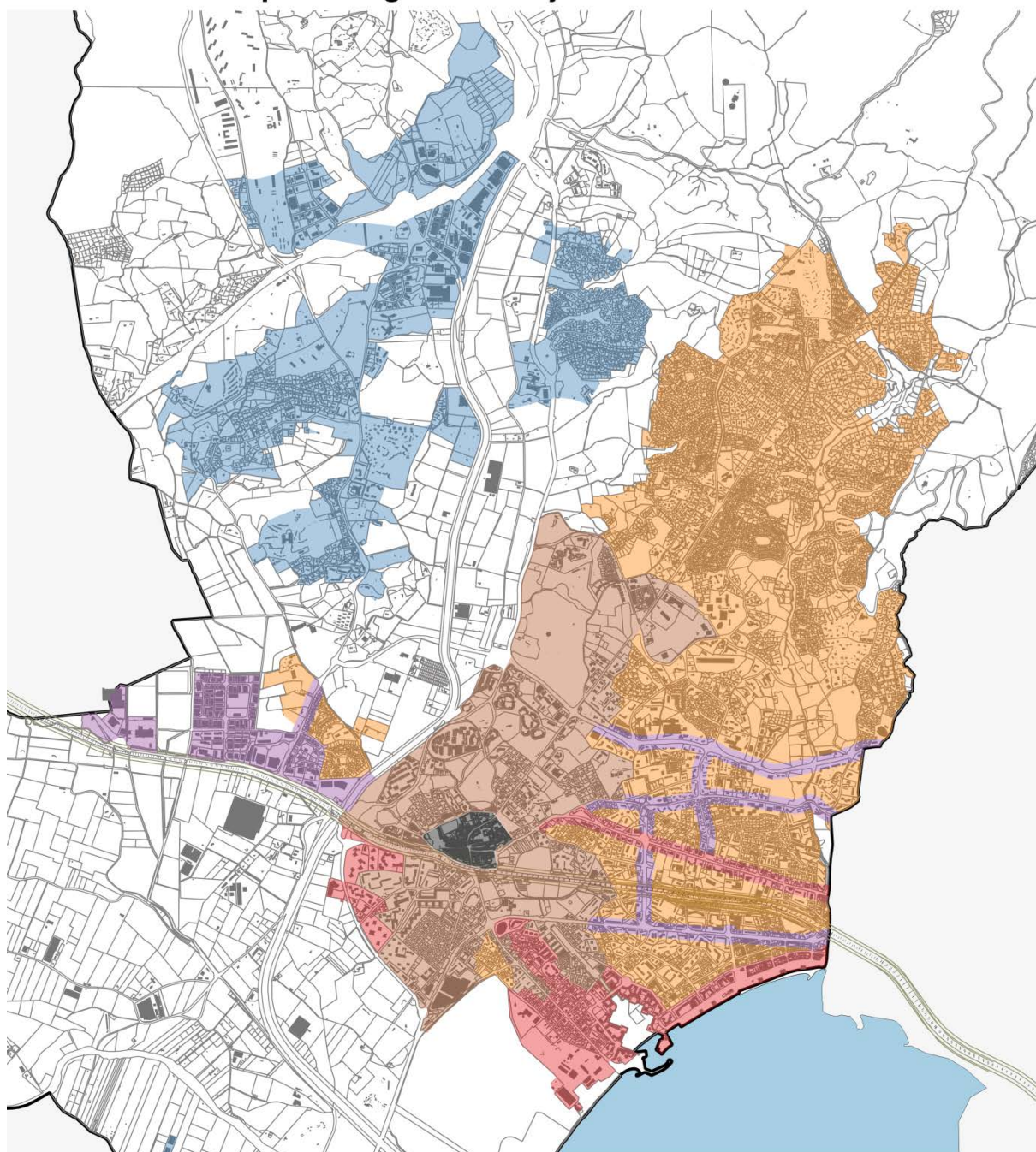
Légende

- ZP1-A : Secteur n°1 du SPR
- ZP1-B : SPR en dehors de son secteur n°1
- ZP1-C : Sites et espaces patrimoniaux à préserver en dehors de la ZP1-A et ZP1-B
- ZP2 : Agglomération principale hors ZP1 et ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités (hors Capitou) et 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

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



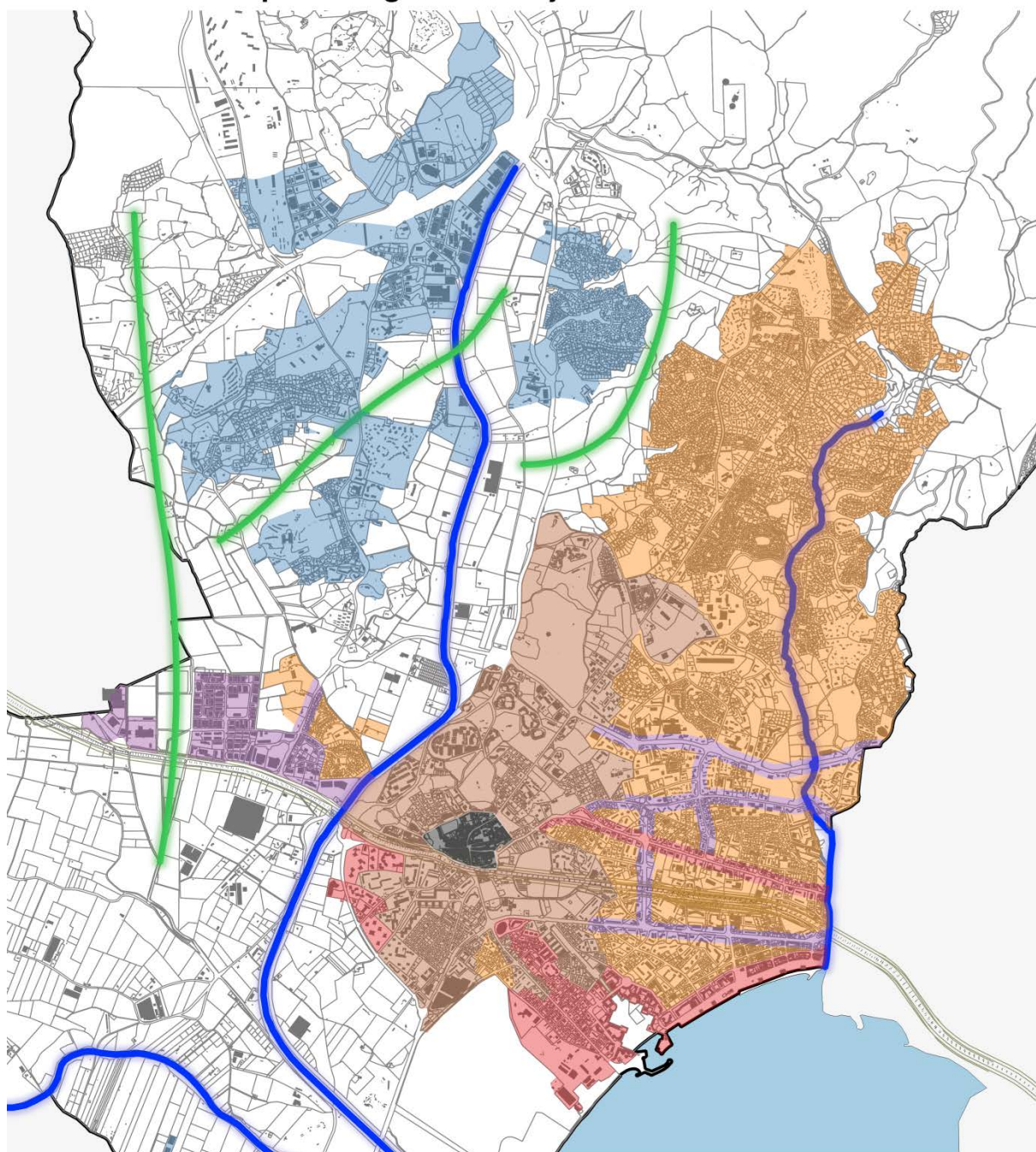
Légende

- ZP1-A : Secteur n°1 du SPR
- ZP1-B : SPR en dehors de son secteur n°1
- ZP1-C : Sites et espaces patrimoniaux à préserver en dehors de la ZP1-A et ZP1-B
- ZP2 : Agglomération principale hors ZP1 et ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités (hors Capitou) et 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

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



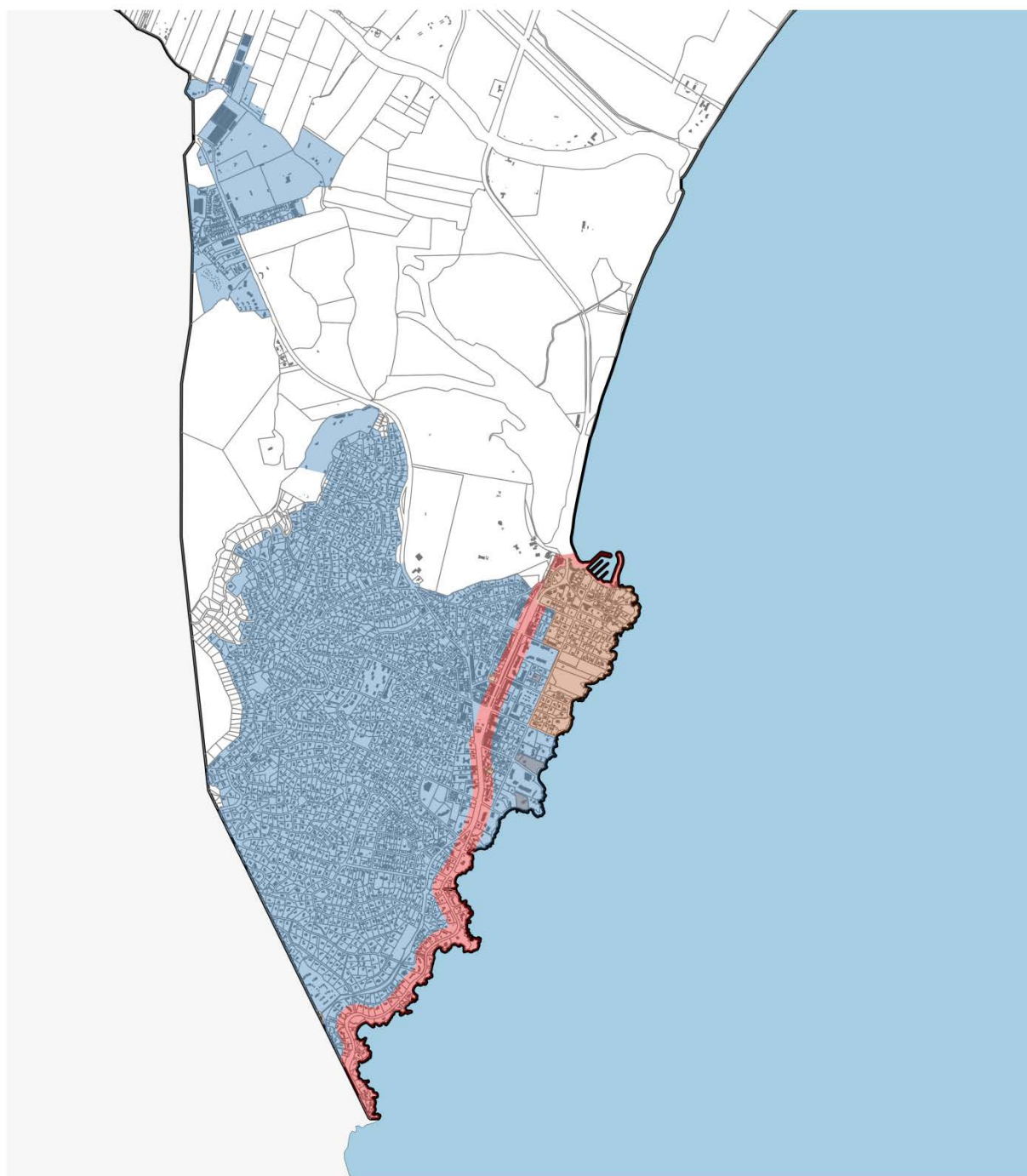
Légende

- ZP1-A : Secteur n°1 du SPR
- ZP1-B : SPR en dehors de son secteur n°1
- ZP1-C : Sites et espaces patrimoniaux à préserver en dehors de la ZP1-A et ZP1-B
- ZP2 : Agglomération principale hors ZP1 et ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités (hors Capitou) et axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes interdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)
- Corridors Trame Verte
- Corridors Trame Bleue



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

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



Légende

- ZP1-A : Secteur n°1 du SPR
- ZP1-B : SPR en dehors de son secteur n°1
- ZP1-C : Sites et espaces patrimoniaux à préserver en dehors de la ZP1-A et ZP1-B
- ZP2 : Agglomération principale hors ZP1 et ZP4
- ZP3 : Agglomérations secondaires et zone d'activités du Capitou
- ZP4 : Zones d'activités (hors Capitou) et axes structurants
- Espaces hors agglomération - Publicité et préenseignes interdites (sauf préenseignes dérogatoires - Art. L.581-7 C. env.)

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

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 du SPR 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 du SPR (ex-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 maximum³⁶. Cette réglementation locale prend également en compte certaines prescriptions de la CAUE du Var³⁷.

³⁶ Voir règlement du SPR (ex-AVAP)

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 Var³⁸.

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 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. Elles sont limitées à 6m² et 6 mètres de hauteur au sol. 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

, articles 2.2.15 à 2.2.18 des secteurs 1 « Noyau historique », 2 « Quartiers périphériques » et 5 « Saint-Aygulf », dudit règlement.

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

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

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.

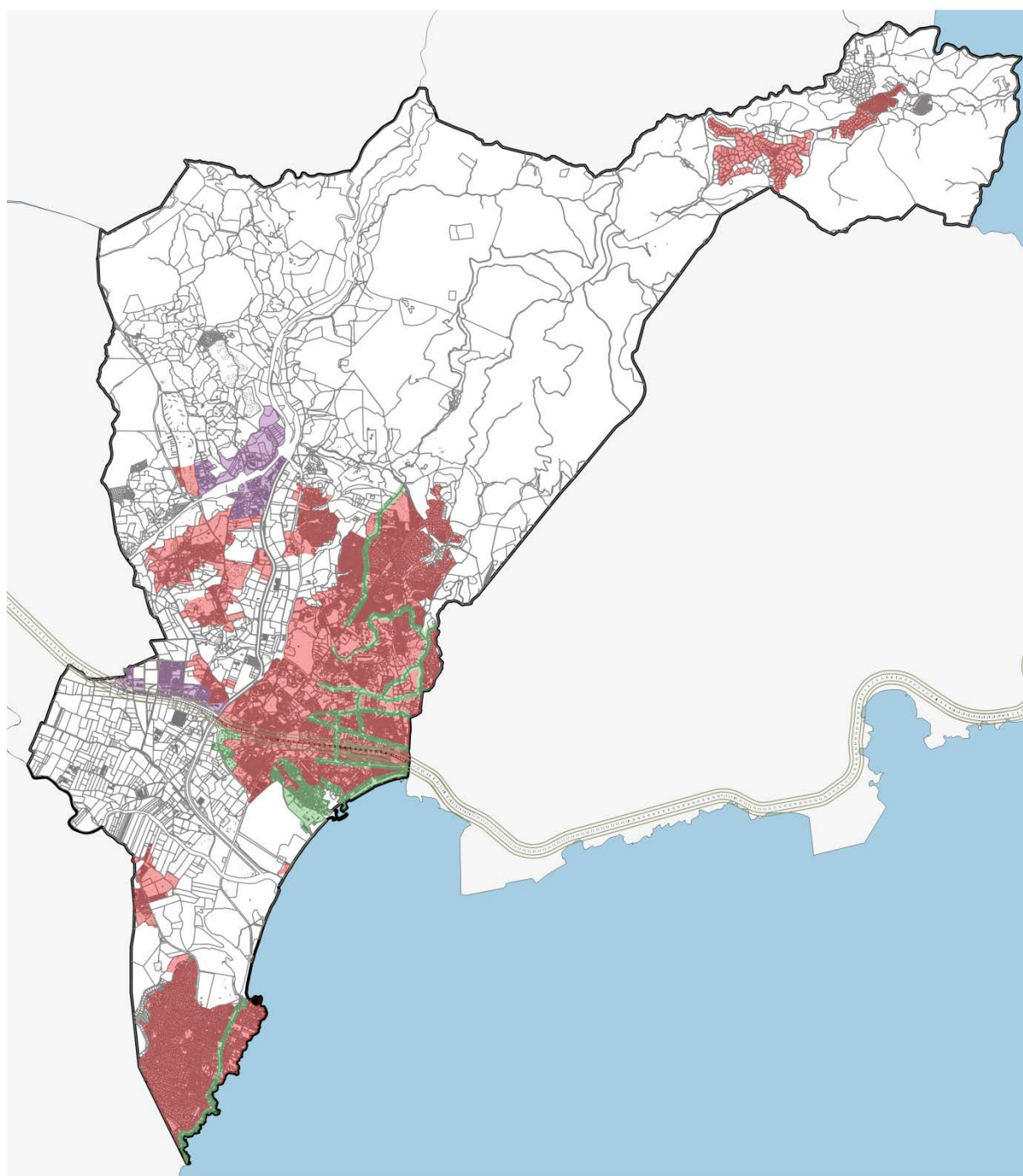
Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h et 07h00 entre le 15 octobre et le 14 mai et entre minuit et 6 heures en dehors de cette période. L'objectif est d'harmoniser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

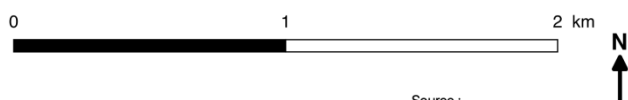
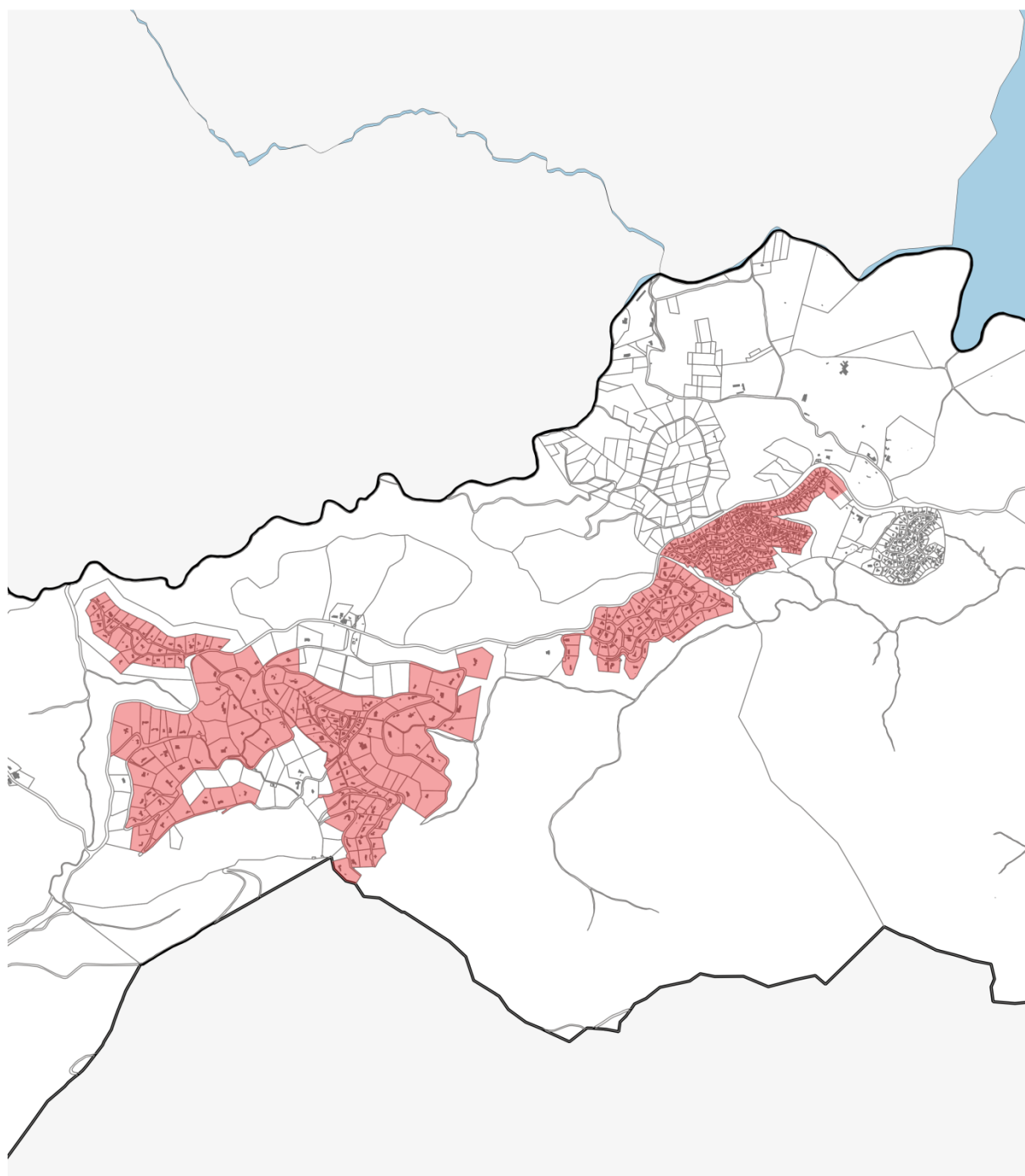


Légende

- ZE1 : SPR en agglomération, sites et espaces patrimoniaux à préserver et agglomérations non couvertes par la ZE2 et ZE3
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités
- 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

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

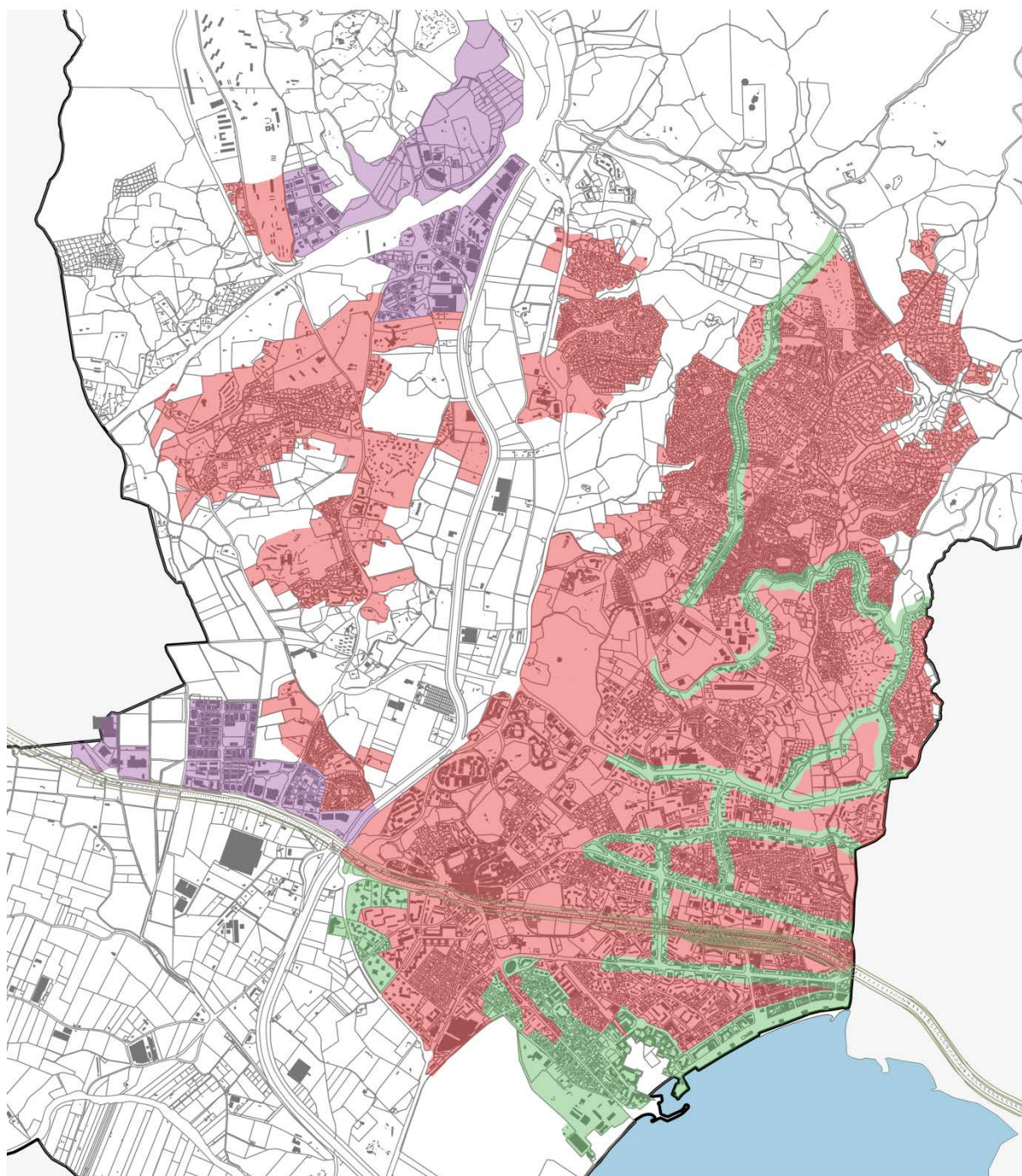


Légende

- ZE1 : SPR en agglomération, sites et espaces patrimoniaux à préserver et agglomérations non couvertes par la ZE2 et ZE3
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités
- 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

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



0 1 2 km

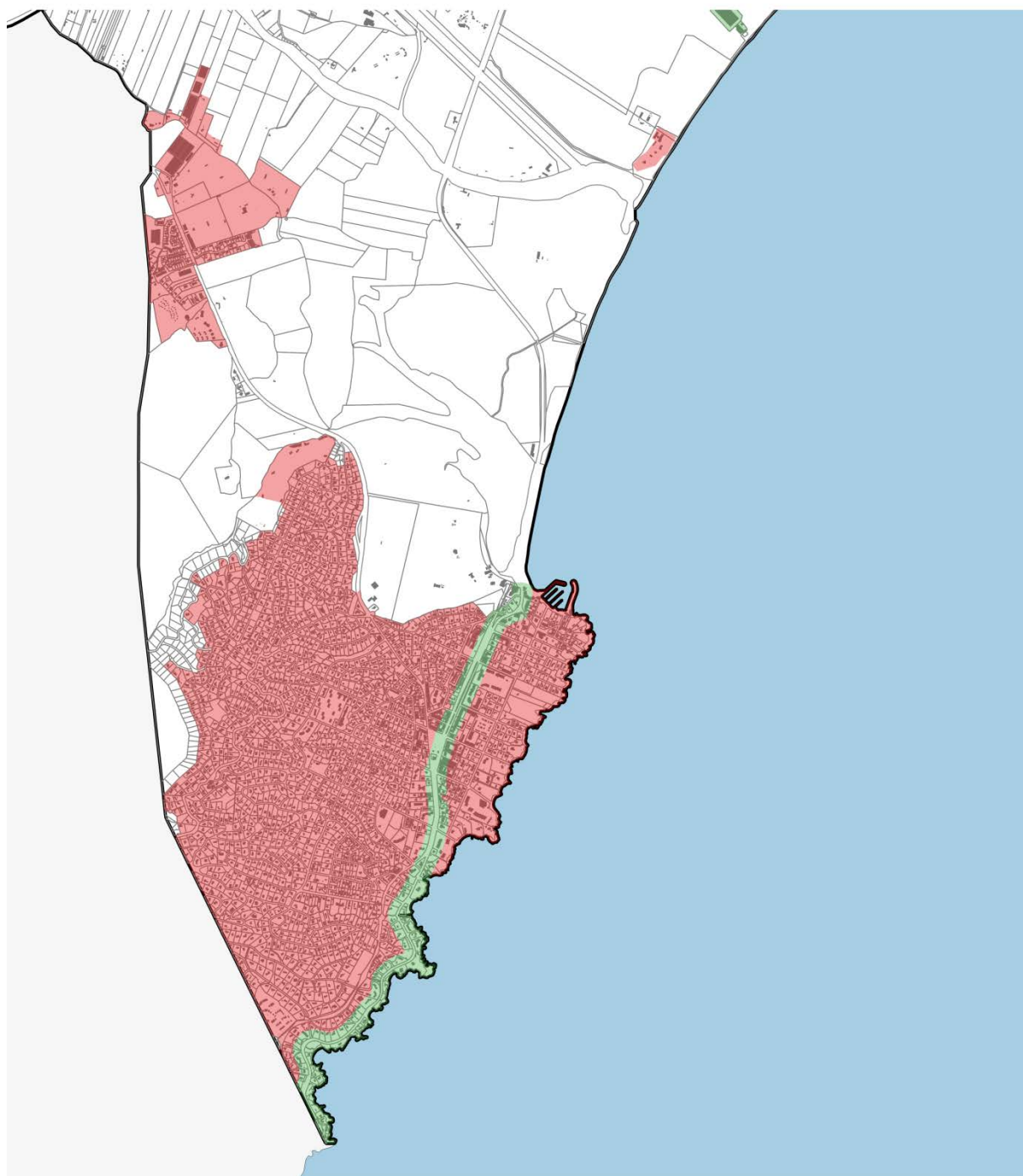


Légende

- ZE1 : SPR en agglomération, sites et espaces patrimoniaux à préserver et agglomérations non couvertes par la ZE2 et ZE3
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités
- 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

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



Légende

- ZE1 : SPR, sites et espaces patrimoniaux à préserver et agglomérations non couvertes par la ZE2 et ZE3
- ZE2 : Axes structurants
- ZE3 : Zones d'activités
- 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