

Département du Var

Commune du Pradet

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : Rapport de présentation



Plage des Oursinières, Le Pradet, 2015.

Projet de Règlement Local de Publicité arrêté par la délibération d'approbation adoptée le 18 décembre 2017 par le conseil municipal de la commune du Pradet



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	6
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	8
a) Les interdictions absolues.....	8
b) Les interdictions relatives.....	10
4. Les règles applicables au territoire	12
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes	12
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires ...	24
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes.....	25
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	31
e) La réglementation locale	32
5. Régime des autorisations et déclarations préalables.....	35
6. Les compétences en matière de publicité extérieure	36
II. Diagnostic du parc d'affichage	37
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	37
2. Les infractions relevées	42
3. Les caractéristiques des enseignes	45
4. Les infractions relevées	51
III. Problématiques en matière de publicité extérieure	54
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	62
1. Les objectifs	62
2. Les orientations.....	62

V. Justification des choix retenus	63
1. Les choix retenus en matière de publicité et préenseigne.....	63
2. Les choix retenus en matière d'enseigne.....	67

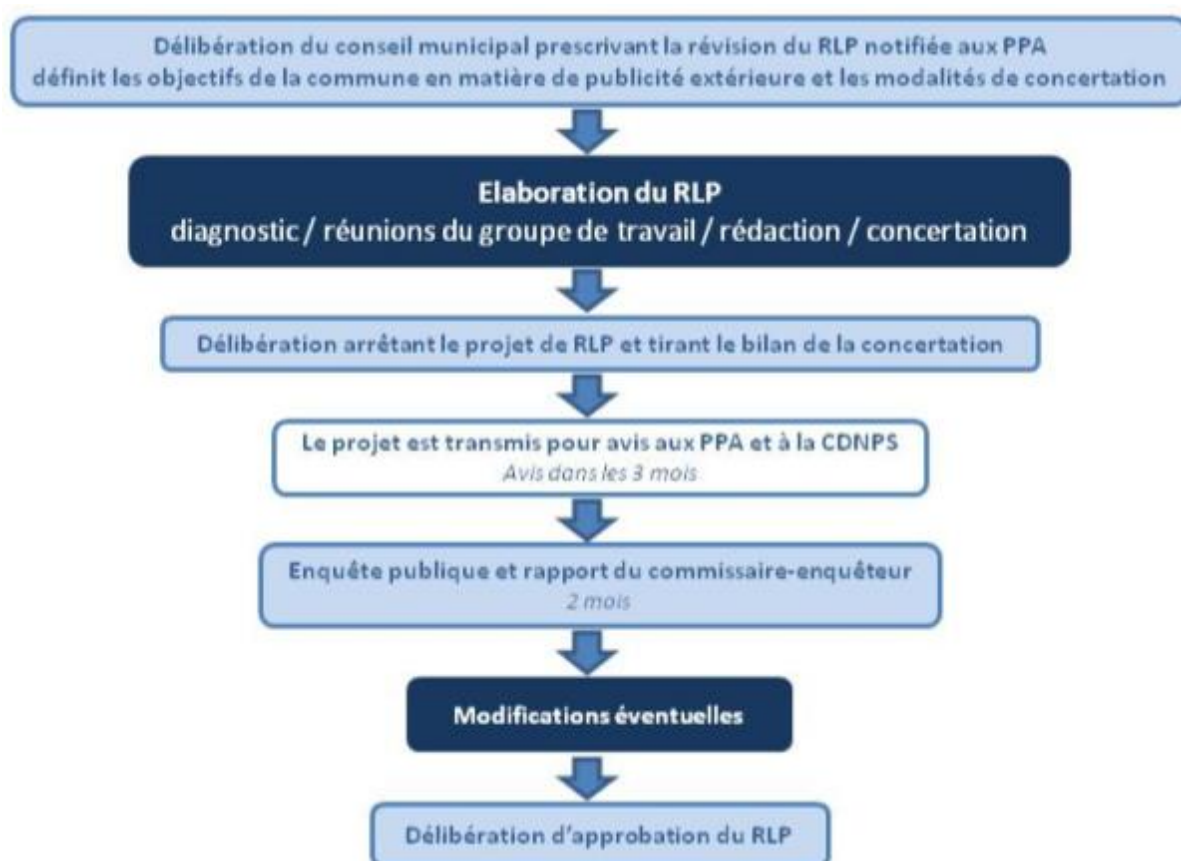
Introduction

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

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

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

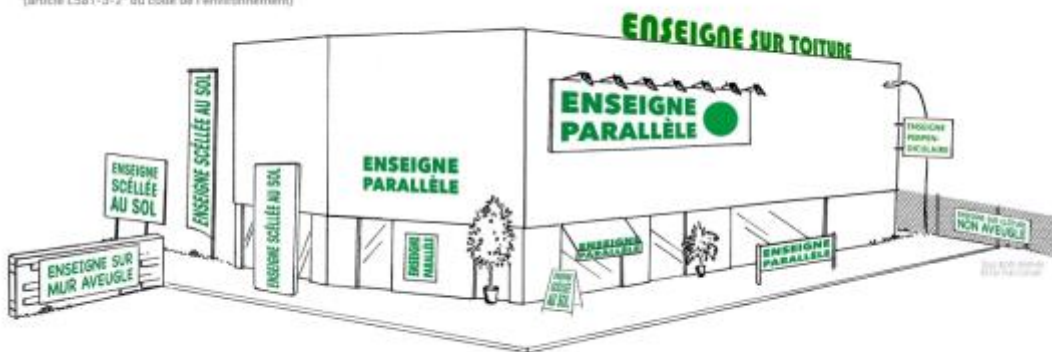
- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations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

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

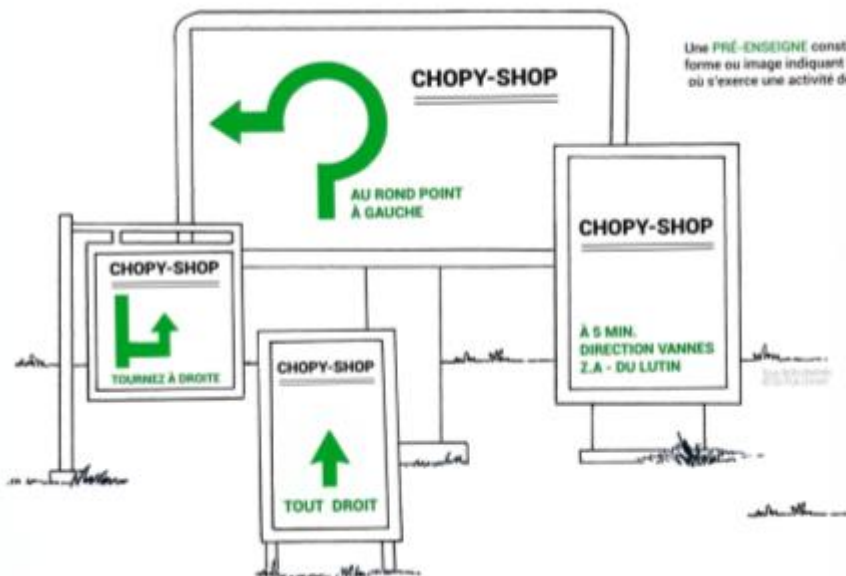
Une **PUBLICITÉ** constitue, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assésés à des publicités.
 (article L581-3-1° du code de l'environnement)



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
 (article L581-3-2° du code de l'environnement)



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



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

La commune du Pradet est située dans le département du Var dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, au sud-est de Toulon. Elle compte 11 336 habitants².

Le Pradet fait également partie de la communauté d'agglomération Toulon Provence Méditerranée depuis 2001³ ainsi que les 11 autres communes qui la composent. La communauté d'agglomération regroupe 425 612 habitants.

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. 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 du Pradet forme l'unité urbaine de Toulon⁶, ainsi que les 40 autres communes alentours qui la composent. Cette unité urbaine compte 611 237 habitants.

² Données démographiques issues du recensement 2012 de l'INSEE

³ : Arrêté préfectoral du 19 décembre 2001 portant création de la communauté d'agglomération Toulon Provence Méditerranée.

⁴ Article L581-7 du code de l'environnement

⁵ Article L581-19 du code de l'environnement

⁶ : . Arrêté préfectoral du 19 décembre 2001 portant création de la communauté d'agglomération « Toulon-Provence-Méditerranée ».

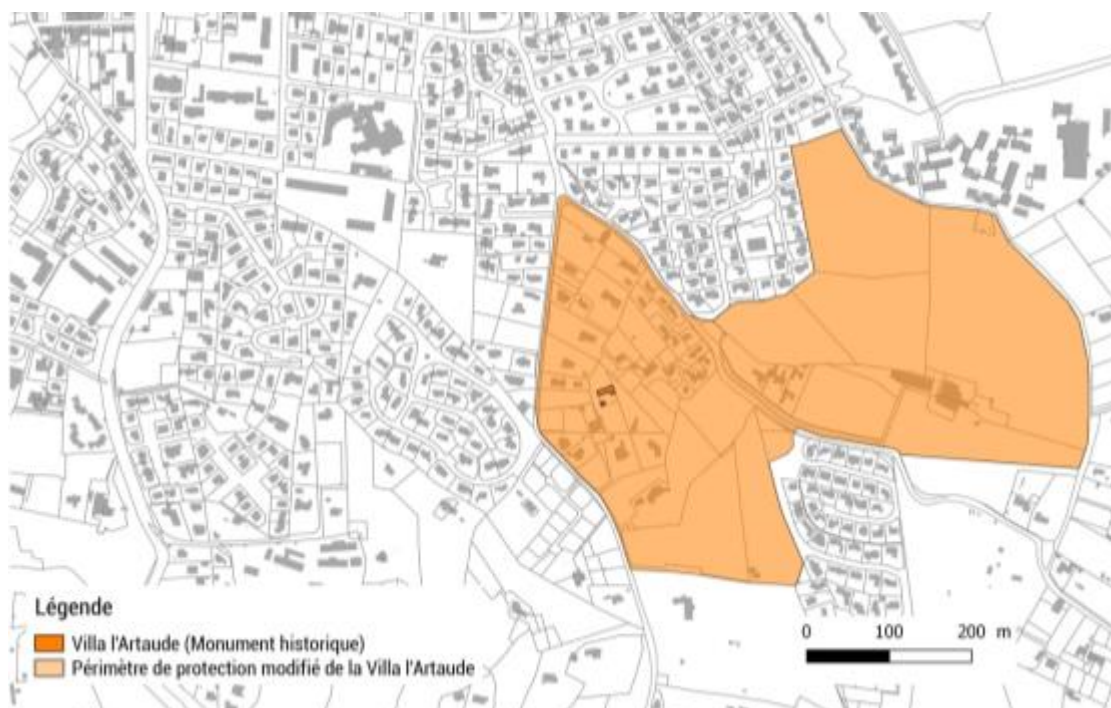
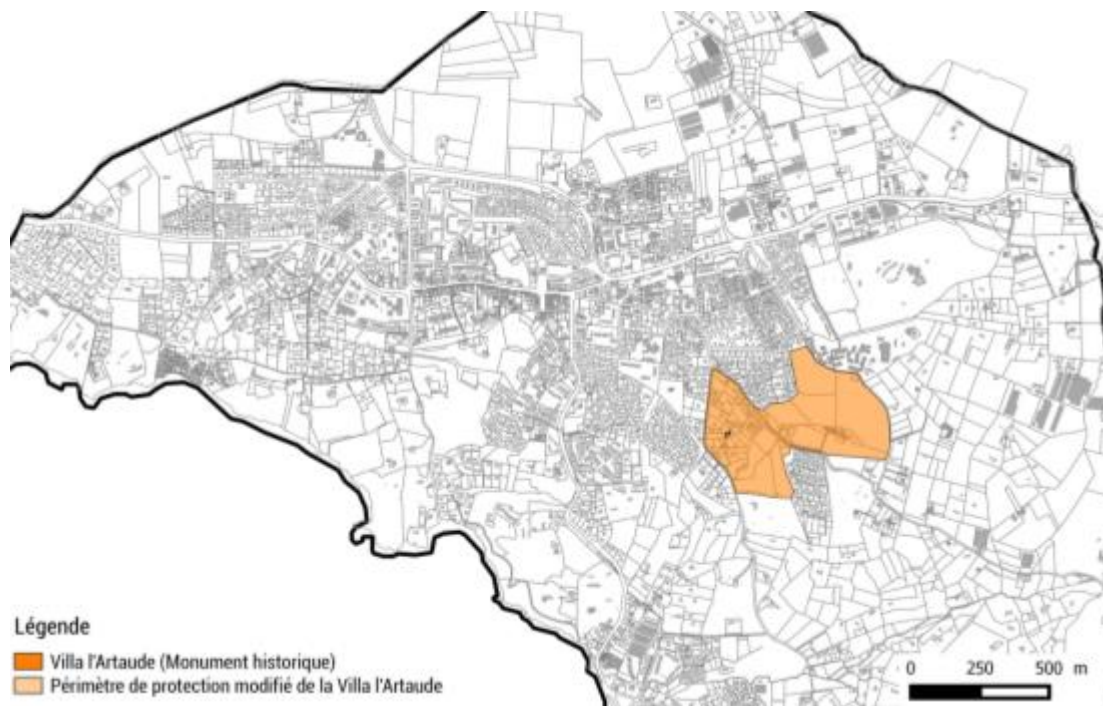
Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes⁷ entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

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

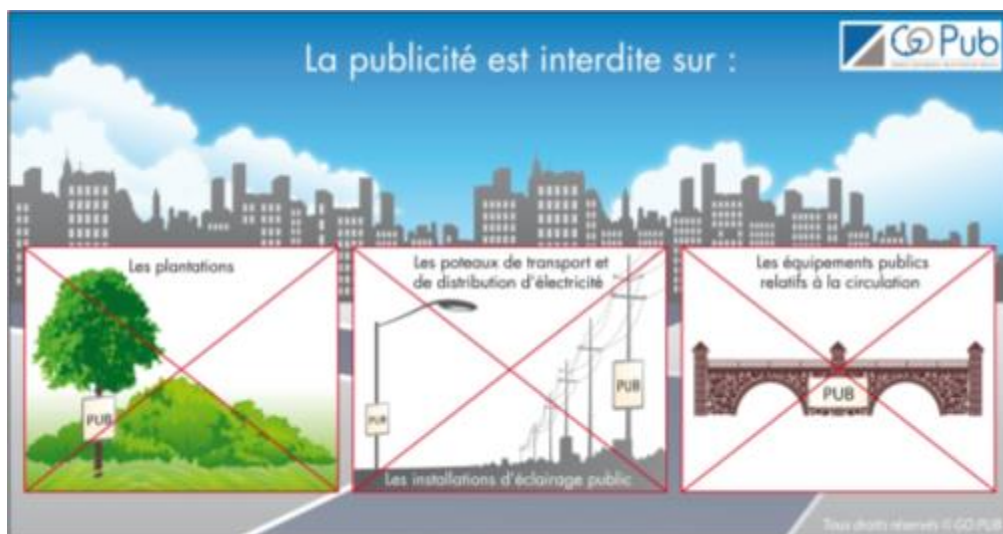
L'interdiction absolue de publicité porte notamment sur les monuments historiques classés comme la Villa l'Artaude classée en 1987 ainsi que sur les arbres.



La publicité est également interdite :

⁸ Article L581-4 du code de l'environnement

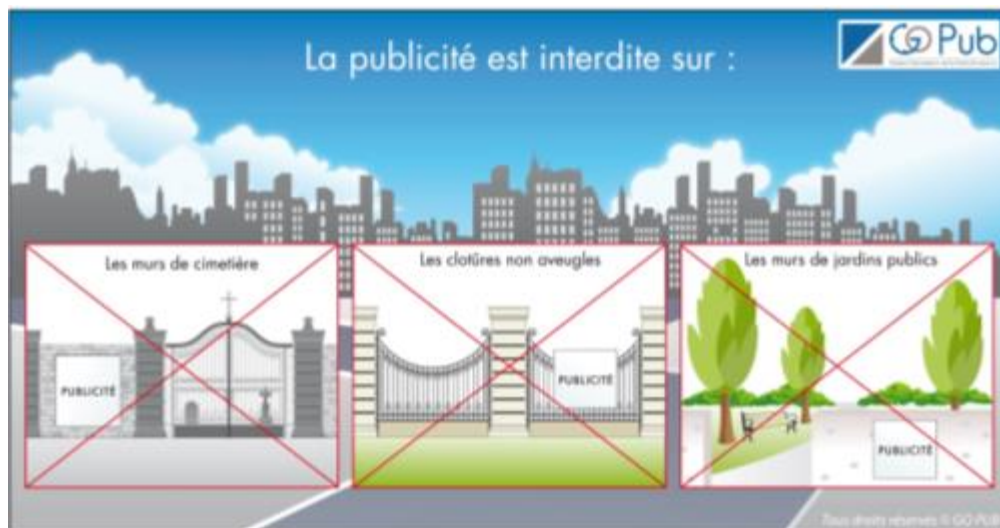
1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



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 public⁹.



⁹ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives¹⁰

La publicité fait également l'objet d'interdictions relatives. Depuis la loi CAP du 7 juillet 2016¹¹, sont concernées par les interdictions de publicité relatives les publicités implantées aux abords des monuments historiques classés ou inscrits. « *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 à la villa l'Artaude.

La publicité est également interdite dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux, et dans le cas présent la commune du Pradet se trouve dans l'aire d'adhésion du parc national de Port-Cros. Cependant, à ce jour, la charte n'a pas encore été adoptée et la démarche devrait aboutir en juin 2016.



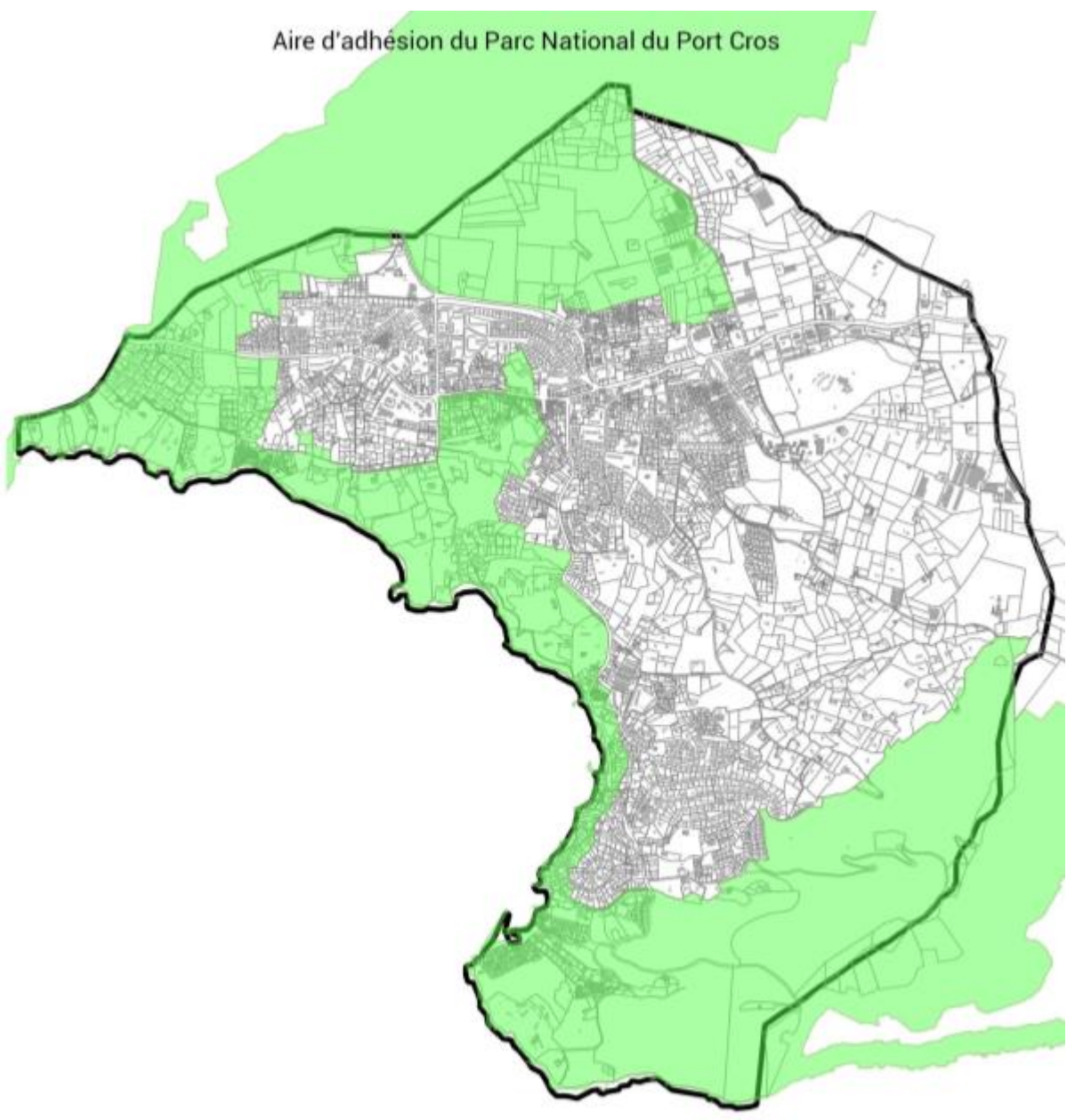
<http://www.portcrosparcnational.fr/Comprendre/Le-parc-national>

¹⁰ Article L581-8 du code de l'environnement

¹¹ Loi n°2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016.

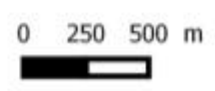
¹² Article L.621-30 du code du patrimoine

Aire d'adhésion du Parc National du Port Cros



Légende

 Aire d'adhésion du Parc National du Port Cros



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 moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. En effet, la commune se compose de plusieurs agglomérations.

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 exploitent¹³.

Interdiction

Sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- la publicité sur les bâches (de chantier ou publicitaires),
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹⁴ 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 linéaire.

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 linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, 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.

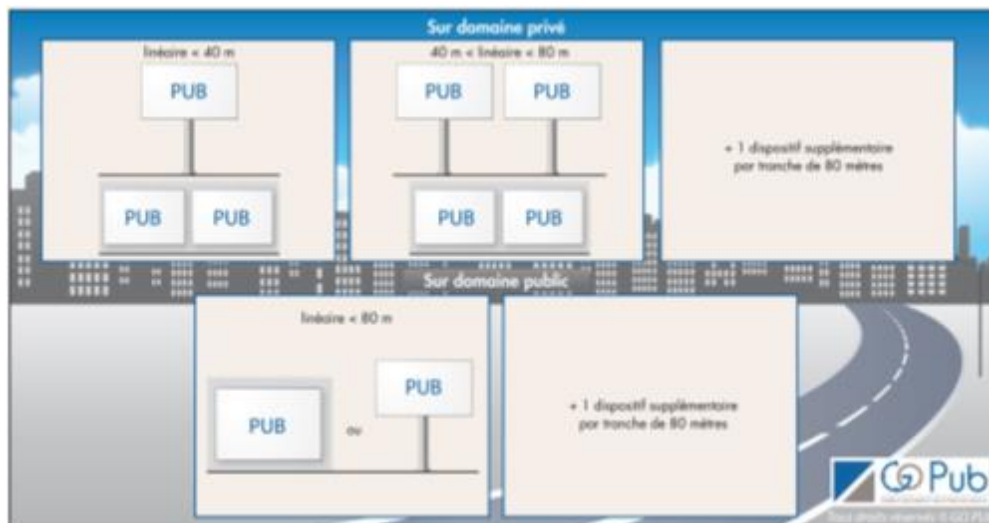
¹³ Article R581-24 du code de l'environnement

¹⁴ 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 linéaire, 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 $\leq 12 \text{ m}^2$

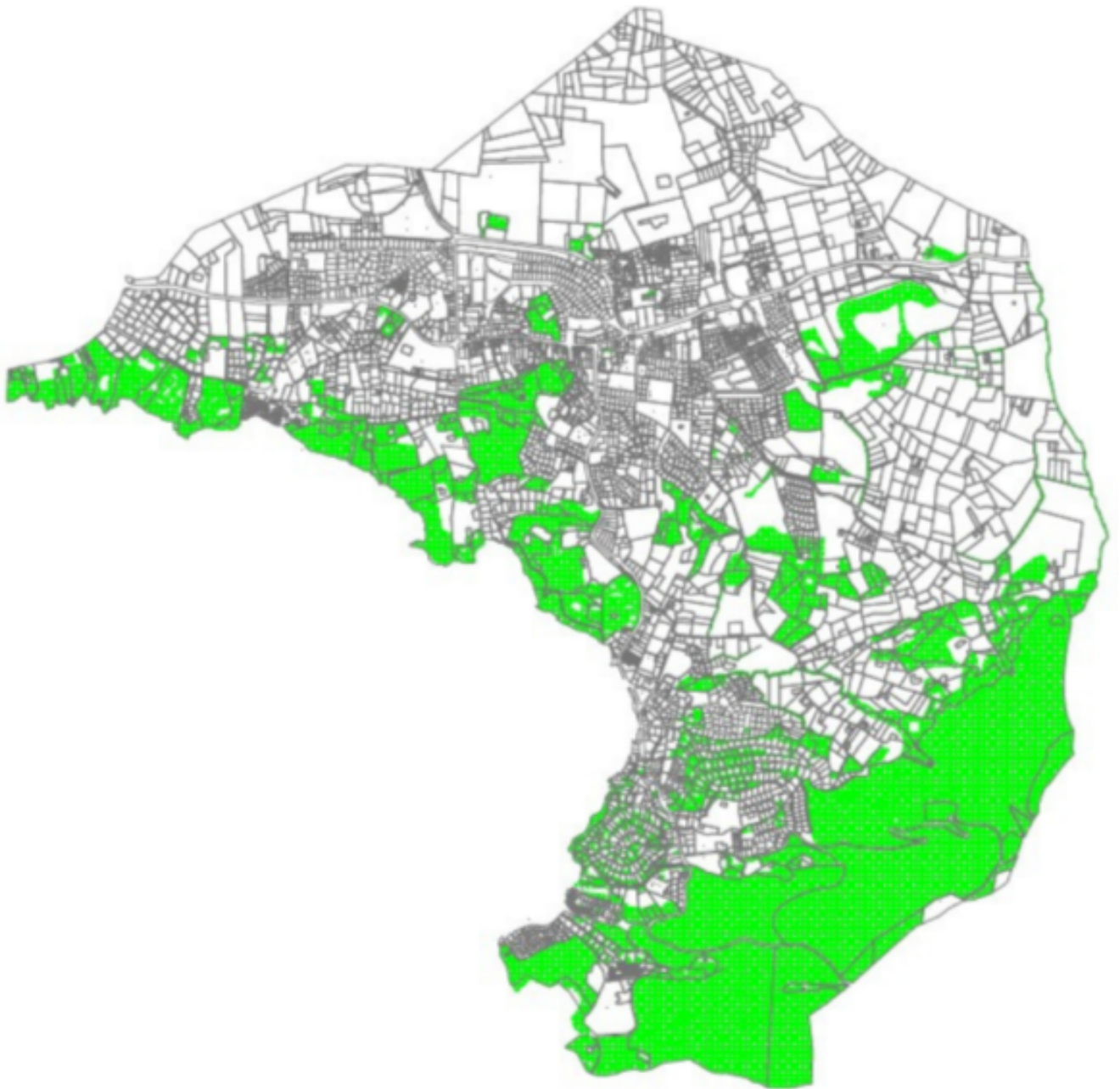
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

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

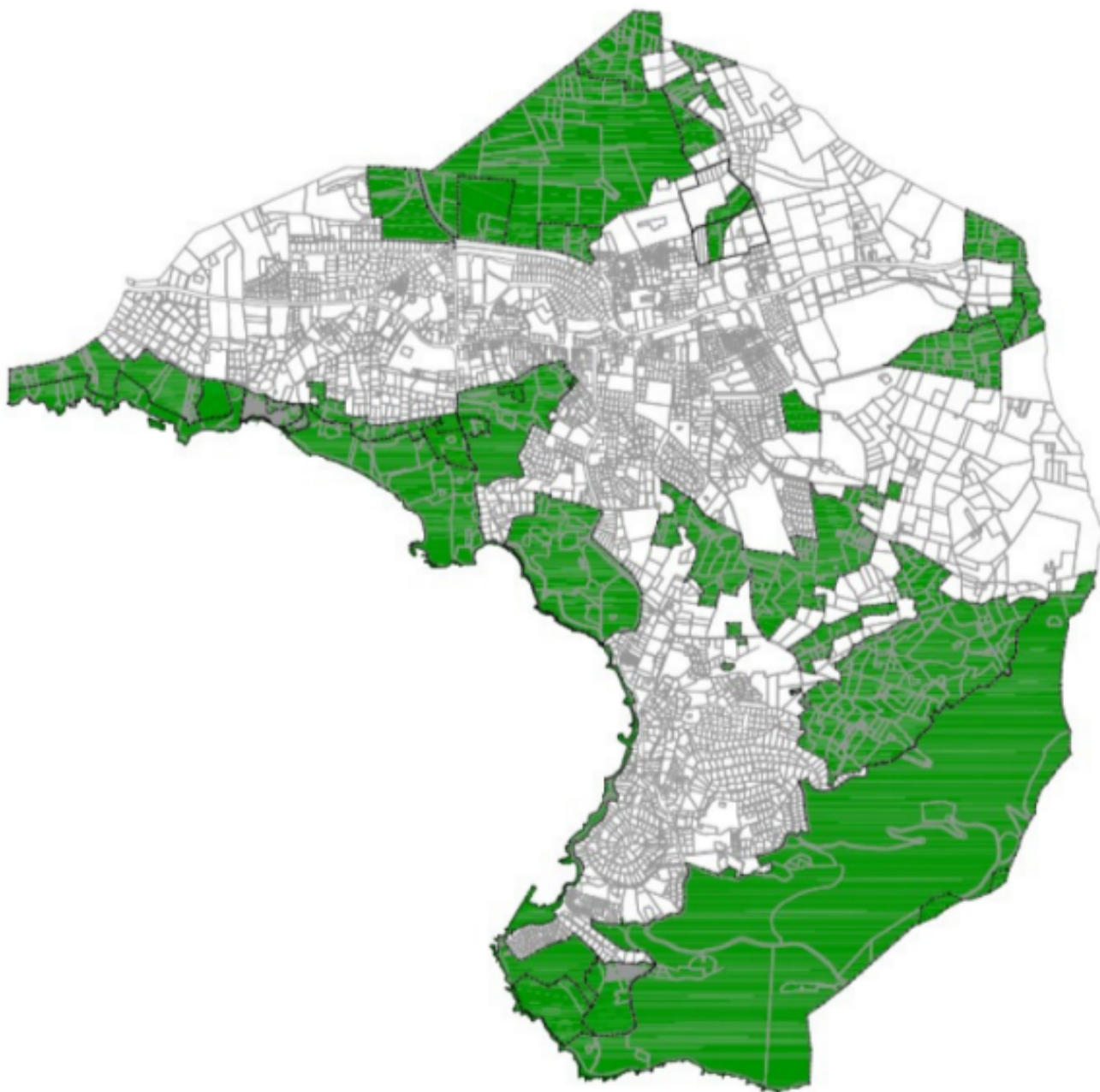
1° Dans les espaces boisés classés¹⁵,

¹⁵ Article L130-1 du code de l'urbanisme



Carte issue du rapport de présentation du PLU de 2011, p. 150.

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. Ces zones correspondent aux zones N dans le zonage du PLU « relatives aux secteurs [...] à protéger en raison soit de la qualité des sites, de milieux naturels, de paysages et de leur intérêt notamment du point de vue esthétique, historique ou écologique, soit de l'existence d'une exploitation forestière, soit de leur caractère d'espace naturel¹⁶ ».



Carte issue du rapport de présentation du PLU de 2011, p. 207

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.

¹⁶ : Rapport de présentation du PLU de 2011, p. 206.



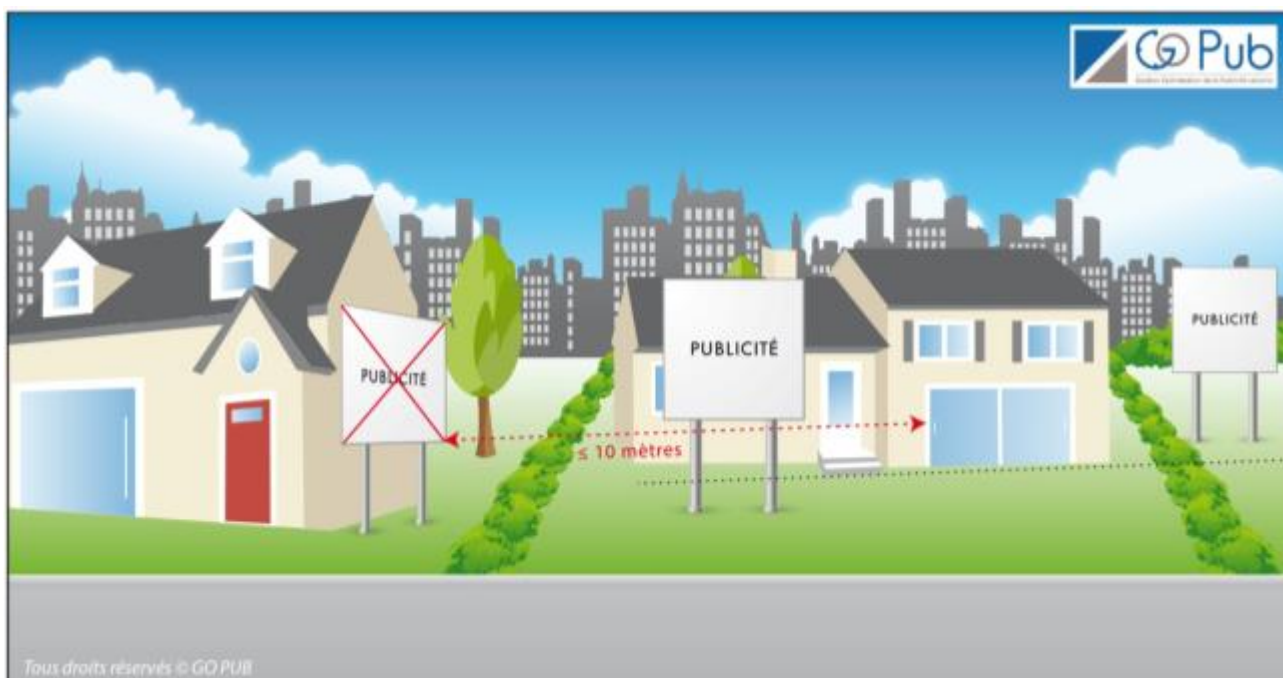
Le Pradet est traversé d'est en ouest par l'axe majeur de la commune¹⁷, la D559 permettant de relier Toulon à Hyères en longeant au plus près la côte méditerranéenne. Plus secondaires, les axes D2242 et D86 viennent également structurer le réseau de desserte communale. Enfin, un ensemble de voies communales et de chemins permettent de constituer le réseau viaire inter quartier permettant une répartition de la circulation sur l'ensemble du territoire du Pradet.



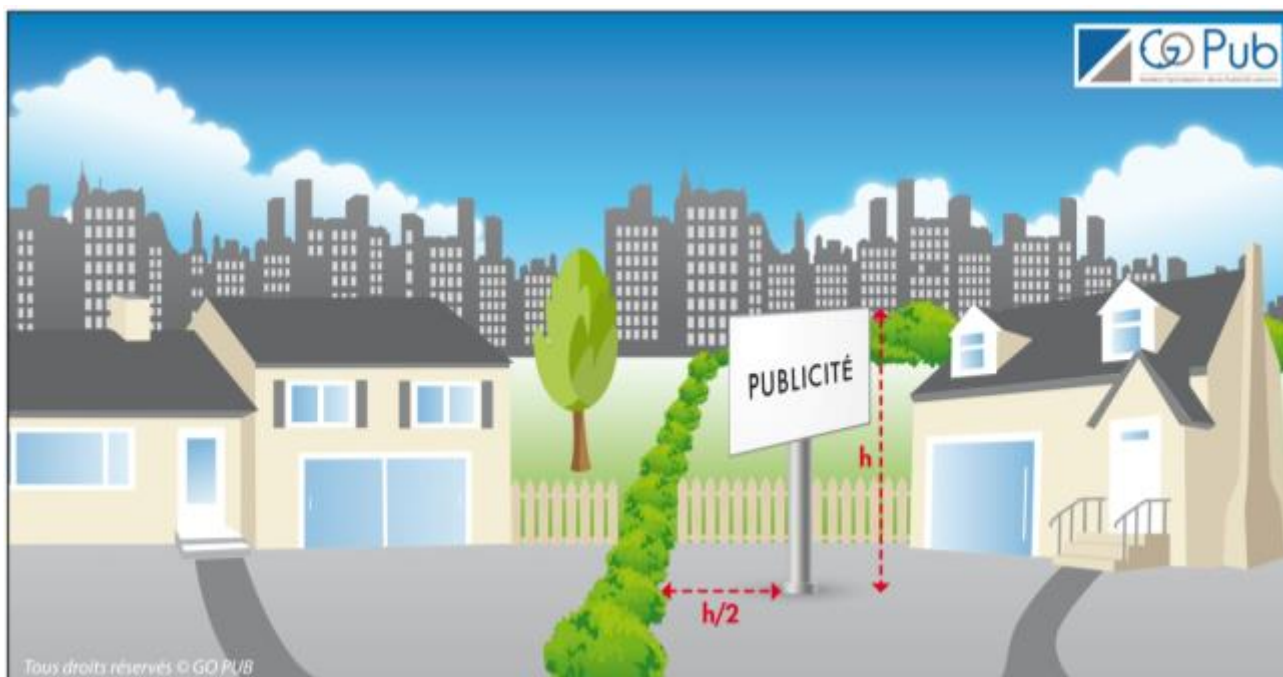
Carte issue du rapport de présentation du PLU de 2011, p. 117

¹⁷ : Environ 18 186 véhicules par jour (c.f rapport de présentation du PLU).

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 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.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁸.

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

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

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

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

La publicité lumineuse ne peut :

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



¹⁸ arrêté ministériel non publié à ce jour

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

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



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

Surface unitaire maximale \leq 8 m²

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁹, 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.

¹⁹ arrêté ministériel non publié à ce jour

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 :

- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

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.

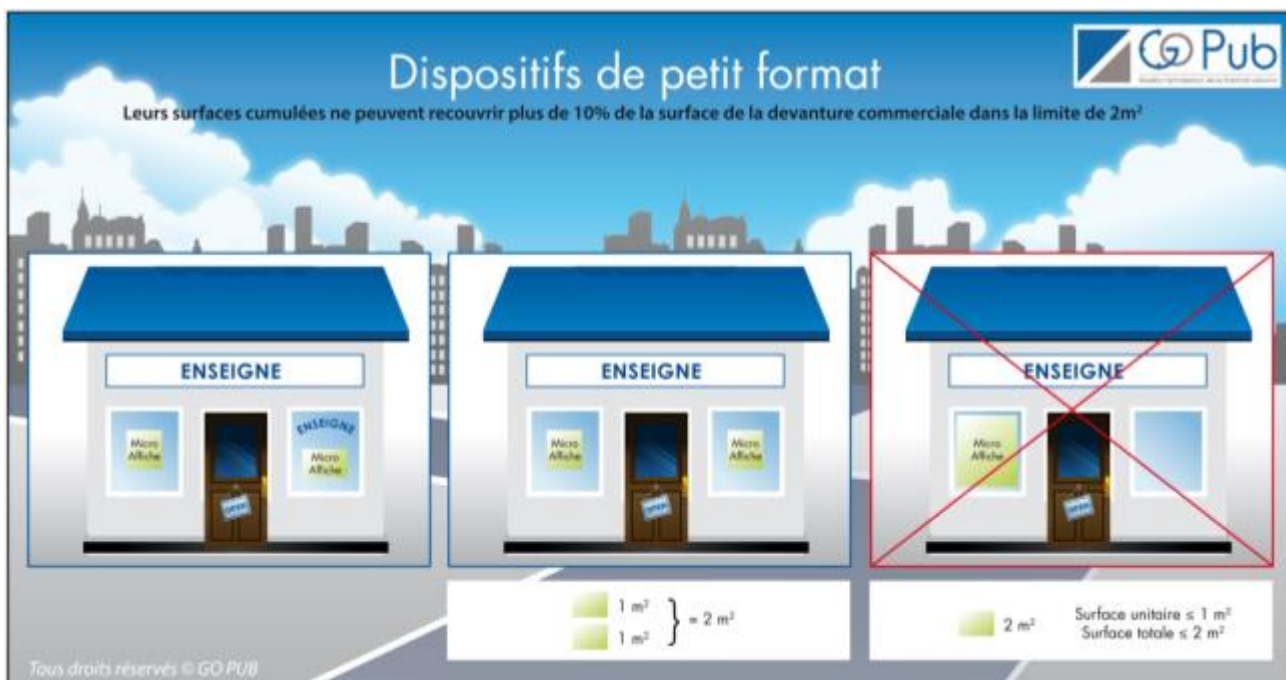
Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



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 édifiés 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.

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.

Les publicités sur les véhicules terrestres²⁰ ainsi que sur les eaux intérieures²¹ sont également réglementées par le code de l'environnement.

²⁰ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

²¹ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

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).

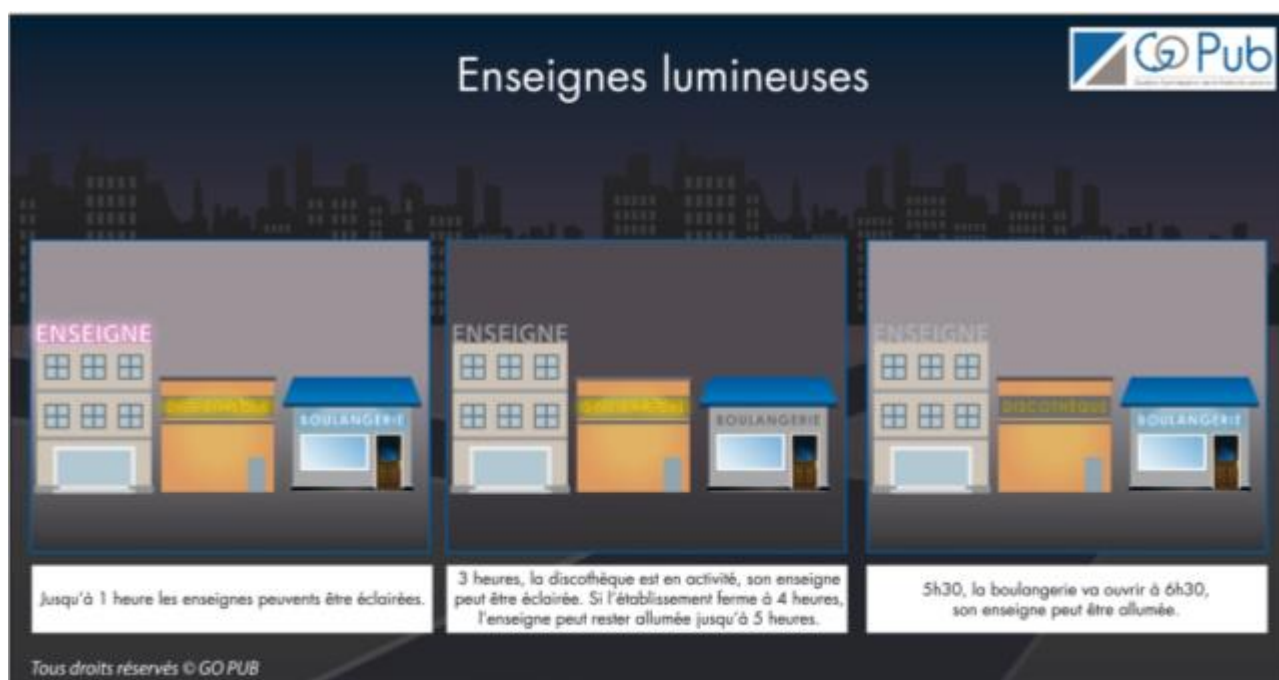
Les enseignes lumineuses

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 ministériel²².

Elles sont éteintes²³ 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.



²² arrêté non publié à ce jour

²³ 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

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

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 :

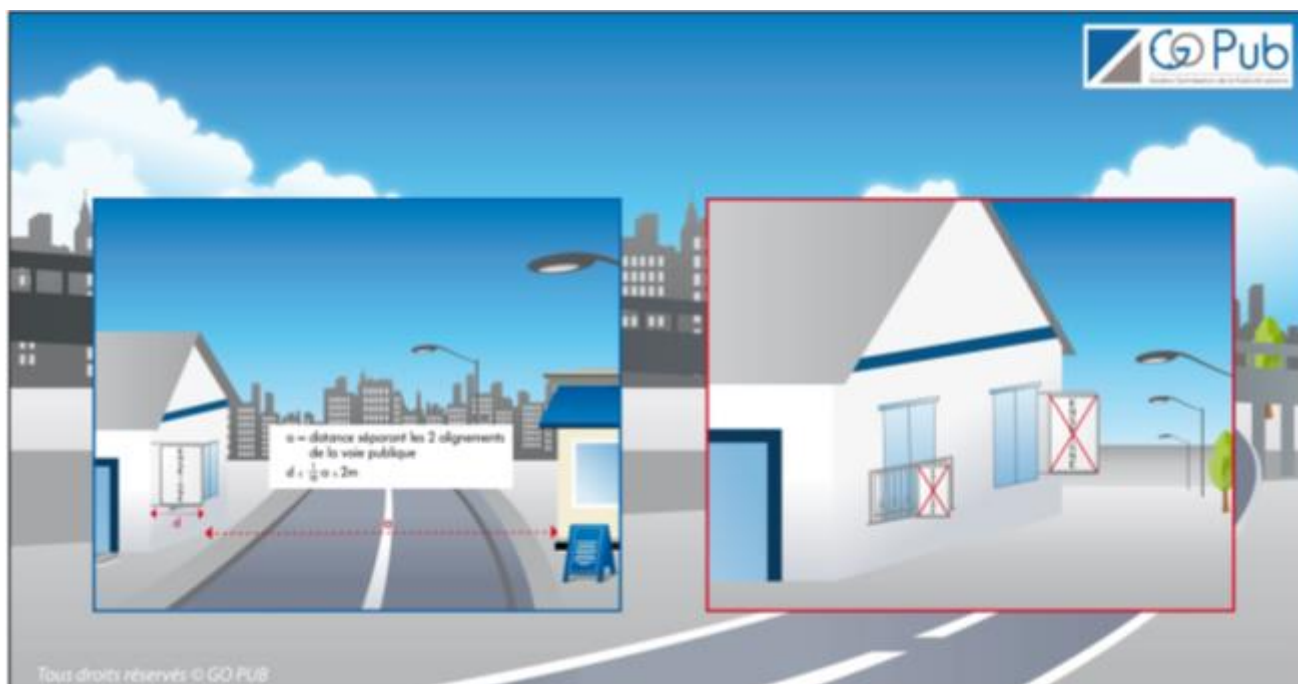
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et 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 maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade \leq 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m

Surface cumulée²⁴ des enseignes sur toiture d'un même établissement $\leq 60 \text{ m}^2$



Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²⁵ 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.



²⁴ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

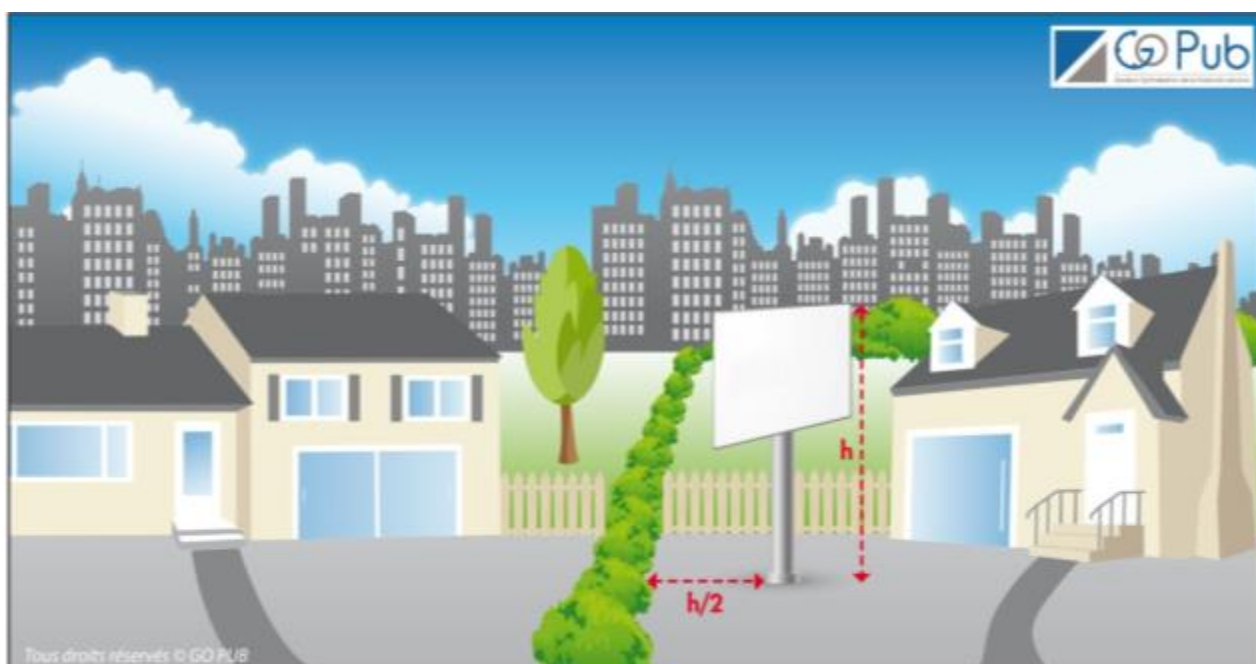
²⁵ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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.



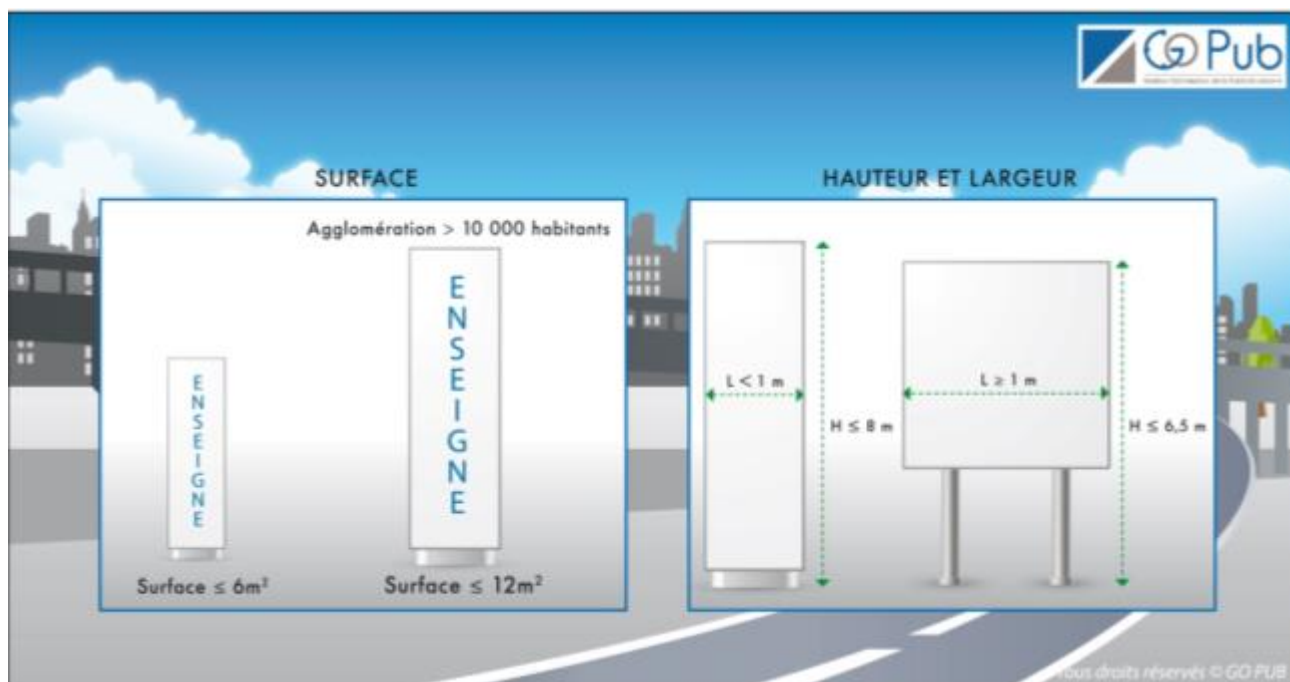
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

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 éteintes²⁶ 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 ministériel²⁷.

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)

²⁶ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²⁷ arrêté non publié à ce jour

e) La réglementation locale

La commune du Pradet dispose depuis le 1^{er} juillet 1993 d'un règlement local de publicité. Il s'agit d'un RLP dit de "première génération", c'est à dire conforme à l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure. La nouvelle réglementation issue de la Loi Grenelle II, impose aux communes la révision de leur RLP "première génération" avant juillet 2020 sous peine de caducité. Le RLP du Pradet, du fait de sa révision devra respecter la nouvelle réglementation et notamment le fait que la loi Grenelle II ait supprimé les zones de publicité retrainte 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*²⁸ ».

Le règlement local de publicité du Pradet est marqué par la volonté de protéger le cadre de vie au sein du territoire. Dans un souci de protection, adapté aux différents environnements urbains de la commune, le règlement local de publicité a instauré 5 Zones de Publicité Restreintes (ZPR) et 2 Zone de Publicité Autorisée (ZPA) sur son territoire. En agglomération :

- ZPR1 : Le territoire de la commune en agglomération non couvert par les ZPR 2, 3, 4 et 5.
- ZPR2 : De la limite Ouest de l'agglomération à l'intersection de la rue Jean Moulin et de l'avenue 1^{ère} DFL et avenue Jean Moulin jusqu'à l'intersection avec le chemin de la Voulte (ou Avenue Alain Le Leap)
- ZPR3 : Le long du chemin de la Voulte ou avenue Alain Le Leap.
- ZPR4 : Du carrefour Berlioz à la limite Est de l'agglomération (hors ZAC du Forum).
- ZPR 5 : A l'intérieur du périmètre de la ZAC dite du Forum.

Et hors agglomération :

- ZPA 1 : En bordure de l'avenue Jean Moulin, au niveau de la plaque d'agglomération, jusqu'en limite du Gymnase municipal.
- ZPA2 : Dans la zone artisanale de la Bayette

Chacune de ces zones s'est vue appliquer une réglementation particulière en termes de publicités, enseignes et préenseignes.

On relève à ce titre qu'en ZPR1 la publicité quelle qu'elle soit est interdite exceptée la publicité sur palissades ou sur mobilier urbain. Le RLP précise cependant que « *l'affichage de 12m² est interdit sur les façades et les murs aveugles sauf s'il est accompagné d'aménagement décoratif* ». On a donc une limitation très stricte de toute publicité dans ce secteur.

En ZPR2 comme en ZPR4, la publicité est autorisée sur les parcelles de plus de 25m linéaires dans la limite d'un dispositif scellé au sol recto-verso par propriétaire, implanté sur leur unité foncière. La limite de superficie pour ces dispositifs est limitée à 12m².

En ZPR3 comme en ZPA 1, la publicité est limitée à 12m² avec la possibilité d'implanter des panneaux en doublons. Le RLP instaure une règle de densité pour ces dispositifs qui ne pourront être implantés que sur les parcelles dont le linéaire bordant la voie est supérieure ou égale à 40m.

En ZPR5, la publicité est également autorisée dans la limite des 12m². Le RLP ajoute également une règle d'interdistance d'au moins 25m entre deux supports.

En ZPA 2, un panneau recto-verso est autorisé par parcelle sans limitation de surface. Il s'agit donc de se reporter directement au code de l'environnement soit 16m² sous l'ancienne

²⁸ : Article L.581-14 du Code de l'environnement.

règlementation de 1979 ou 12m² depuis la loi Grenelle II. Cependant, l'affichage lumineux est interdit dans cette zone.

Enfin, le RLP précise également que la publicité sur façade aveugle est autorisée en ZPR 2, 3, 4 et 5 sous réserve de ne pas dépasser la limite des 12m².

Concernant le régime des enseignes, des préenseignes, des palissades de chantier, du mobilier urbain, de la publicité sur véhicules terrestres, de la publicité, des enseignes et préenseignes temporaires et sur les installations lumineuses clignotantes, le RLP du Pradet de 1993 pose des règles applicables pour l'ensemble du territoire communal, sans distinction de zone.

Concernant les enseignes, le RLP énonce que les enseignes scellées au sol ou installées directement au sol sont admises mais limitées à un dispositif double face ou deux dispositifs simples sans excéder la surface maximale de 12m² hors agglomération et 6m² en agglomération. Quant aux enseignes parallèles au mur, elles ne peuvent dépasser les limites du mur qui les supporte ni dépasser la limite supérieure de ce mur, tout comme les enseignes perpendiculaires. Les enseignes perpendiculaires quant à elles, ne peuvent avoir une saillie de plus de 2m.

Concernant les préenseignes, le RLP fixe un régime distinct de celui de la publicité. Or, le régime de la publicité et des préenseignes ne peut être différent. Seul le régime des préenseignes dérogatoires diffère. On relève alors un souci de vocabulaire qu'il s'agira de revoir dans le nouveau RLP afin de l'adapter aux évolutions réglementaires. D'autre part, le régime des préenseignes dérogatoires ayant été réformé depuis le 13 juillet 2015, il conviendra de prendre en compte cette évolution dans le cas d'une adaptation locale de ces dispositifs.

Sur le mobilier urbain, le RLP réintroduit la publicité hors agglomération, alors que celle-ci y est interdite et pose des règles strictes. Globalement, les règles énoncées par le RLP sur le mobilier urbain pourront être reprises et adaptées au contexte local et évolutions réglementaires en matière de publicité extérieure.

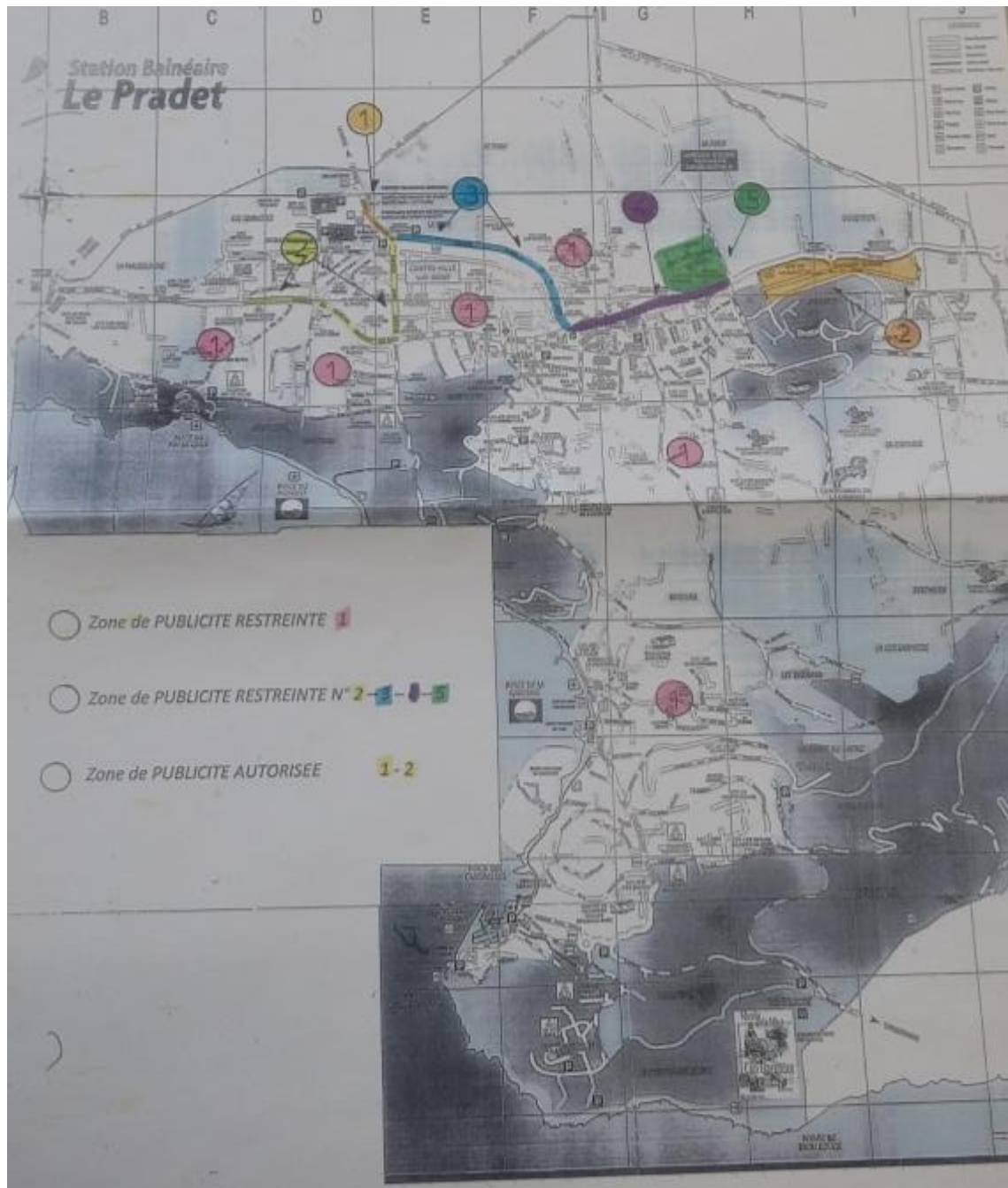
Dans le cas de la publicité sur les palissades de chantier et de la publicité sur véhicules terrestres le RLP fixe en outre la durée d'autorisation de la publicité sur palissade de chantier qui correspond à la durée du chantier elle-même et fixe à 16m² la surface totale de la publicité sur véhicules terrestres. La réglementation ayant là encore évoluée, il s'agira de modifier ces dispositions.

Le RLP prévoit également la possibilité d'instaurer des « zones publicités, enseignes et préenseignes exceptionnelles et provisoires ». La réglementation sur l'affichage publicitaire ne prévoit pas ce type de zone mais prévoit cependant la possibilité d'avoir des dispositifs temporaires pour pallier les besoins de visibilité dans le cas d'évènements exceptionnels par exemple. Une modification du RLP pourra donner lieu à une adaptation de la réglementation nationale relevant de ce type de dispositif.

Le règlement local de publicité du Pradet dispose également d'une partie relative à l'affichage d'opinion et la publicité des activités des associations sans but lucratif. Les règles nationales sont suffisantes pour garantir ce type d'affichage.

Le RLP actuel met en place un zonage complexe comprenant au total 7 zones dont 4 font l'objet d'une réglementation commune en matière de publicité (la ZPR 2 et 4 ainsi que la ZPR 3 et la ZPA 1). Ces zones sont difficilement lisibles et ne permettent pas une compréhension aisée du zonage et donc de la réglementation qui en découle. Une simplification du zonage serait alors à envisager dans la révision du RLP.

Le RLP actuellement en vigueur sur le territoire du Pradet pose une réglementation peu complexe visant à limiter le nombre de dispositifs publicitaires sur le territoire. Cependant, le zonage abscons mis en place ne permet pas une application aisée de cette réglementation locale (cf. Partie III Problématiques en matière d'affichage publicitaire). Le choix d'une réglementation adaptée aux problématiques actuelles permettra de réglementer de nouveaux dispositifs comme les dispositifs numériques et ainsi préserver le cadre de vie de la commune.



Carte remise par la ville lors de la réunion de démarrage de la procédure de révision du RLP le 12 décembre 2015.

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) l'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,

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 des 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.

2) 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

II. Diagnostic du parc d'affichage

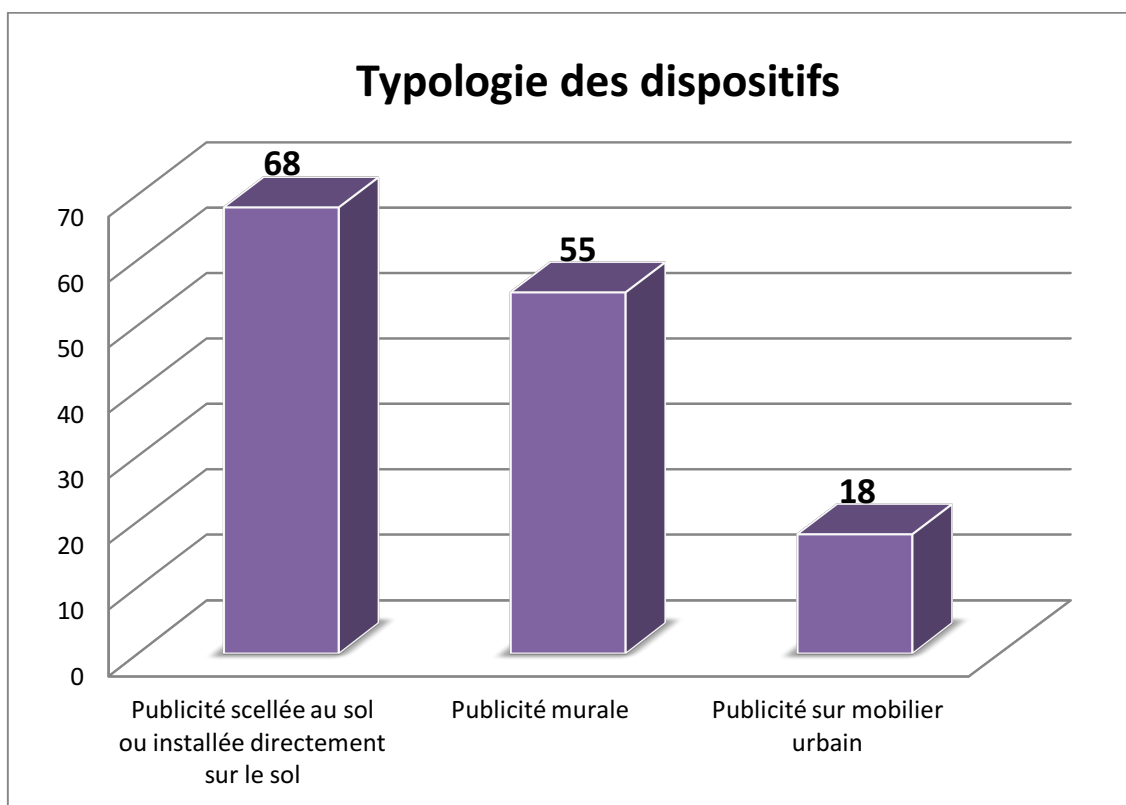
Un recensement exhaustif des publicités, enseignes et préenseignes situées au Pradet a été effectué en février 2016. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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.

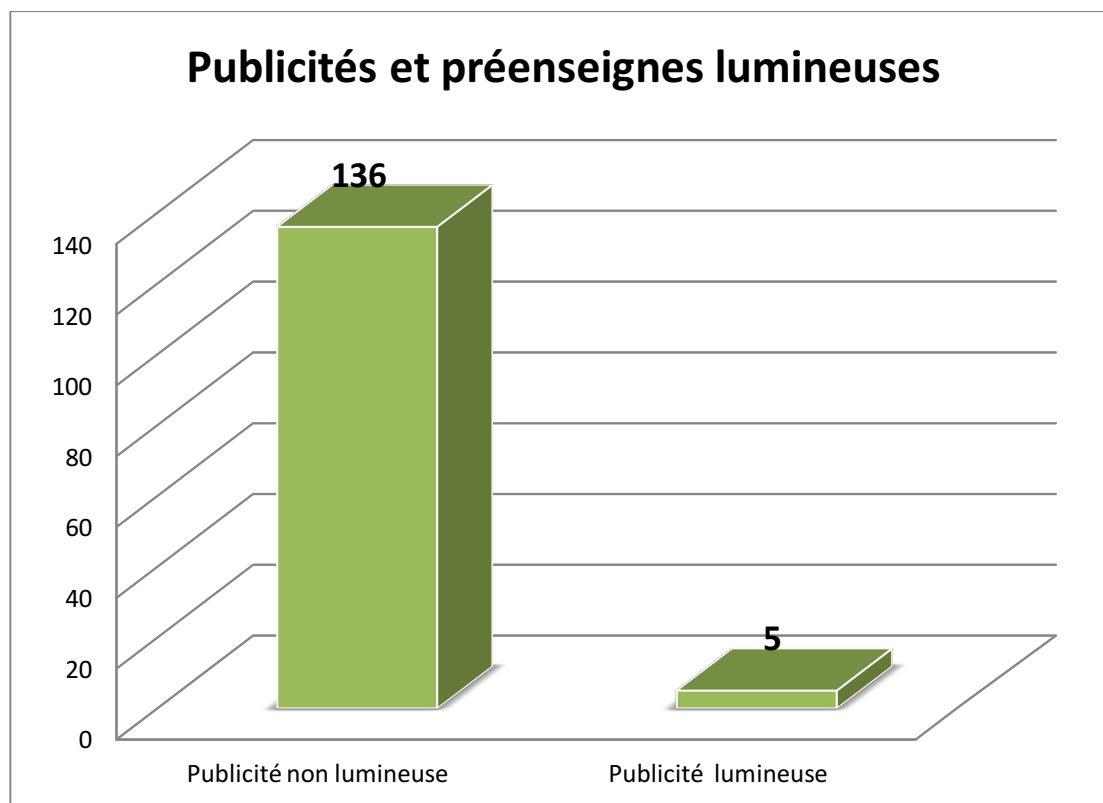
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à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

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

141 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total près de 560 m² de surface d'affichage.



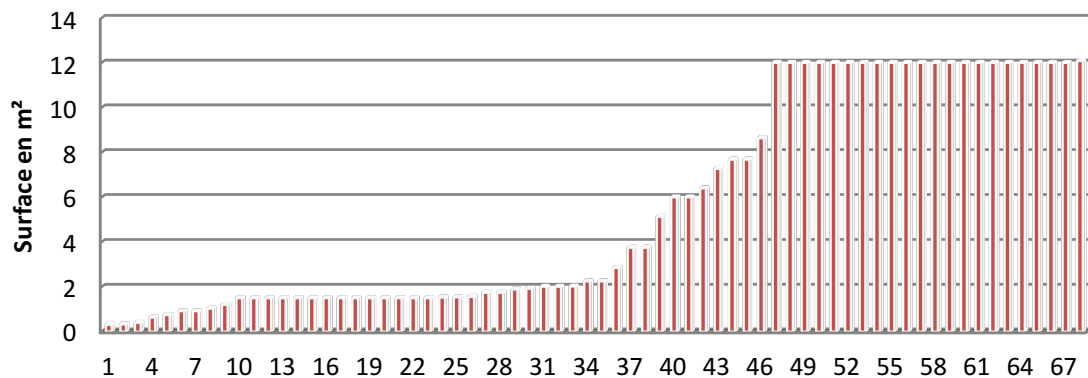
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes du Pradet en fonction de leur typologie. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (48% des dispositifs de la commune). Les publicités sur mobilier urbains sont nettement moins présentes sur le territoire communal (13%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage du fait de leur surface généralement beaucoup moins imposante.



La publicité lumineuse est très peu présente sur la commune du Pradet puisque seulement 3,5% des dispositifs sont lumineux. Les 5 dispositifs lumineux présents sur la commune sont tous éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

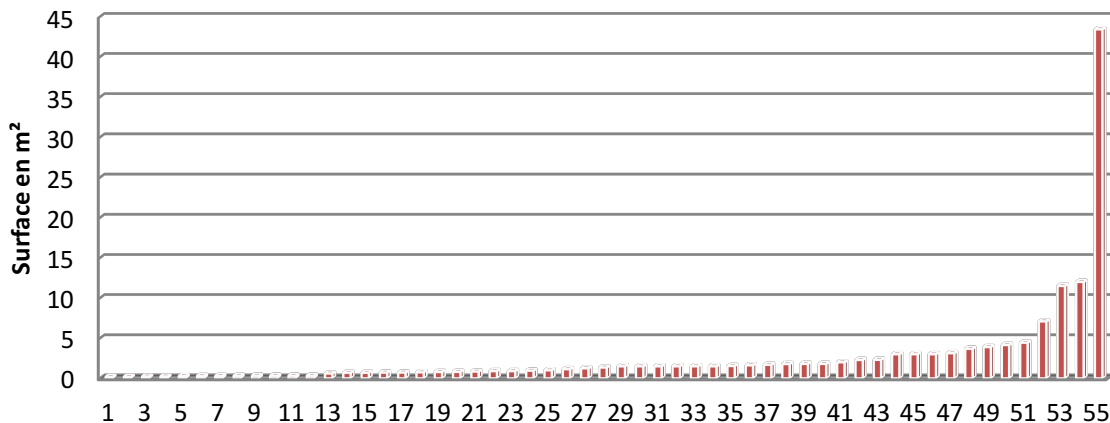
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

Surface des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol

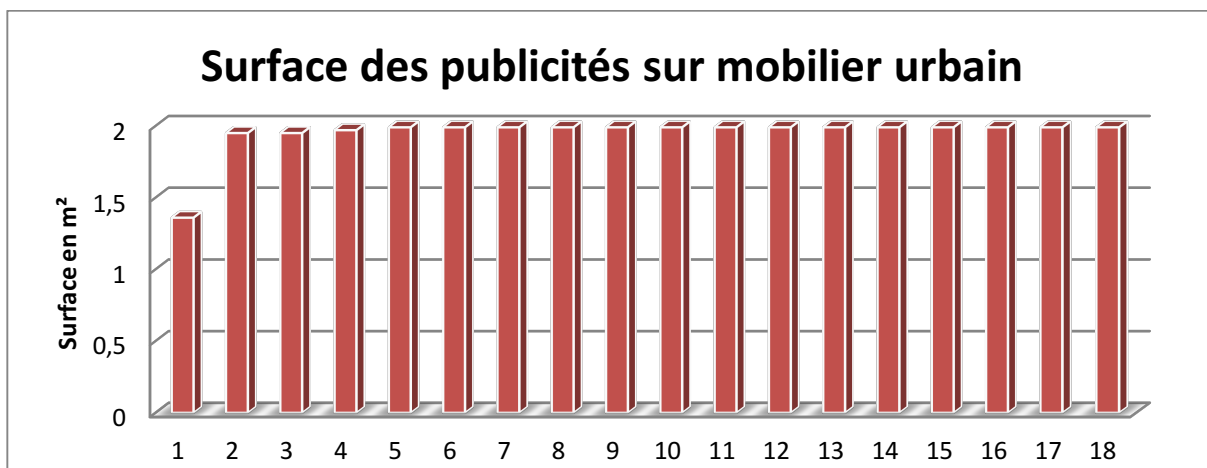


On remarque que 42% des dispositifs recensés ont une surface comprise entre 6m² et 12m². Ce format correspond au maximum autorisé par le code de l'environnement pour la plupart des publicités. Ces dernières sont particulièrement nombreuses sur le territoire communal. On note également la forte présence de petits dispositifs dont la surface est comprise entre 0.3 m² et 3 m². Ces dispositifs de petits formats représentent généralement des préenseignes. La typologie de ces dispositifs scellés au sol et leur surface parfois importante vient impacter plus fortement le paysage que d'autres dispositifs plus respectueux du paysage urbain de la commune.

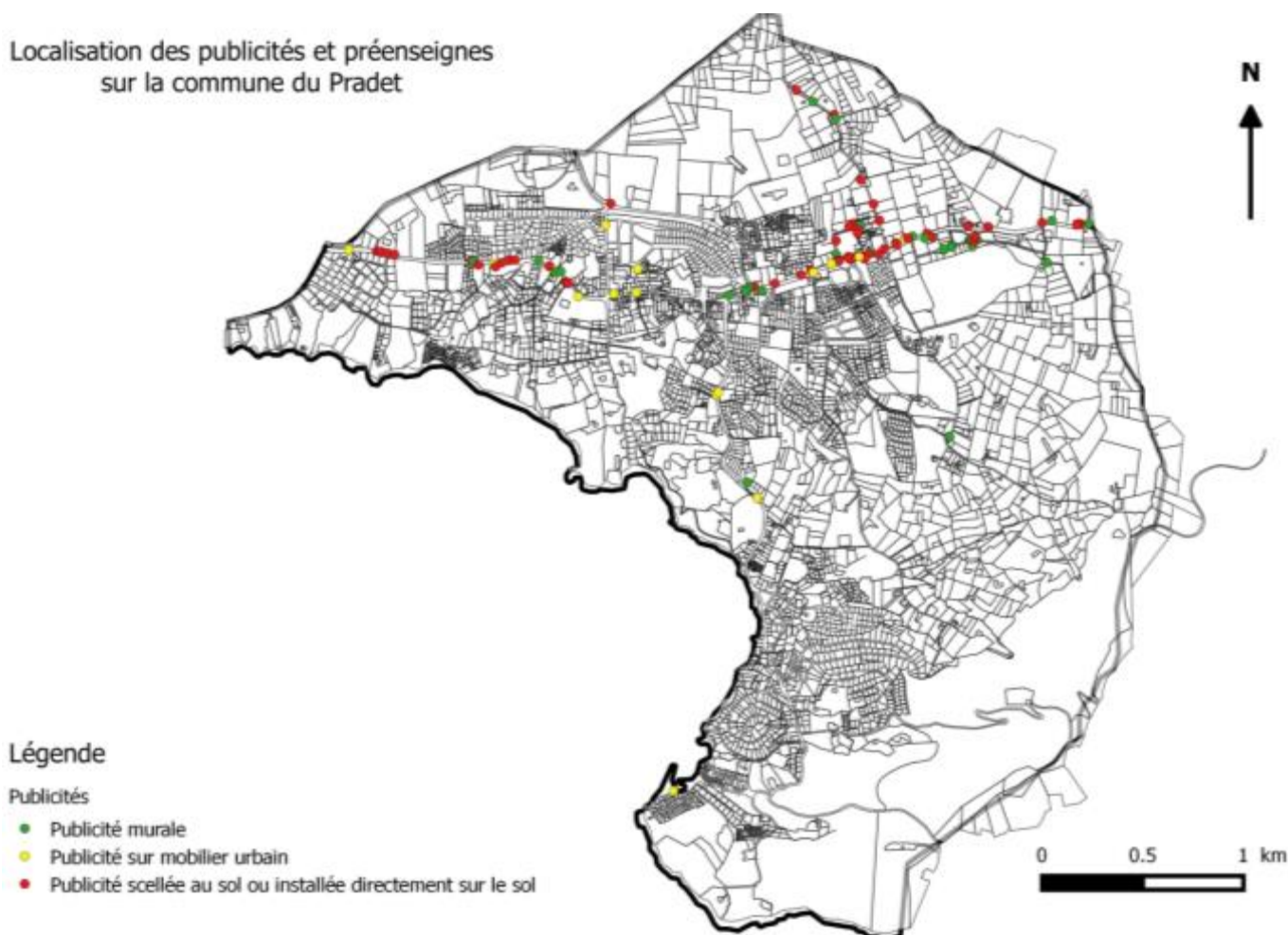
Surface des publicités murales



Pour les publicités murales, on remarque qu'une seule publicité a une surface supérieure à la surface maximale autorisée par le Code de l'environnement (12m²). Le dispositif en question a une surface d'environ 43m².



Quant au mobilier urbain, la surface des dispositifs ne dépasse pas les 2 m². Il s'agit de la surface communément admise par le Code de l'environnement pour la majorité des publicités sur mobilier urbain. Leur surface et leur nombre peu important minimise leur impact sur l'environnement de la commune.

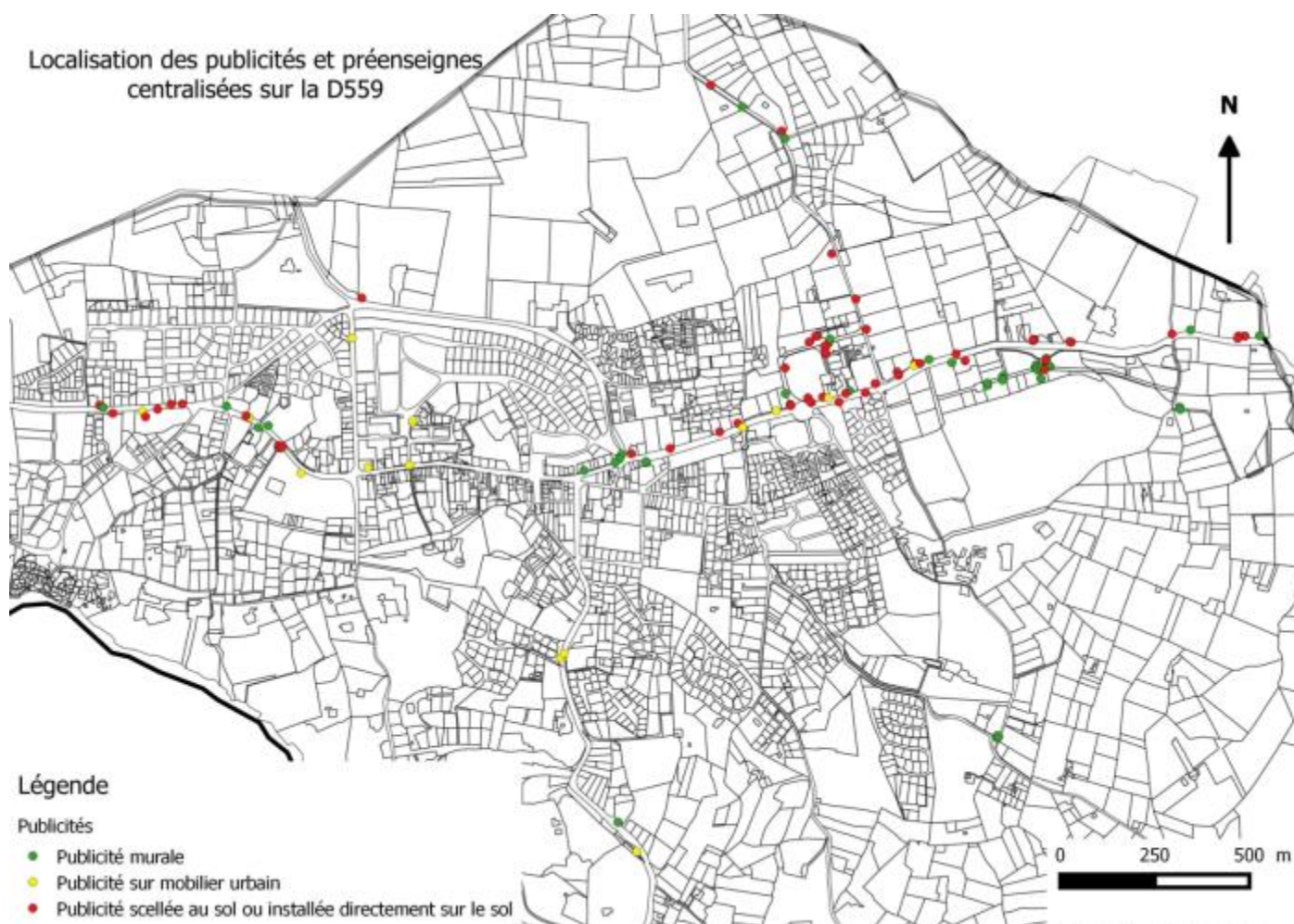


Les cartographies ci-dessus et ci-contre montrent la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence importante de dispositifs publicitaires scellés au sol le long de deux axes majeurs de la commune : le Chemin de la Foux permettant de rejoindre

la Garde et la D559 traversant d'ouest en est le territoire de la commune en passant par le centre-ville et la zone d'activités du Forum et de la Bayette.

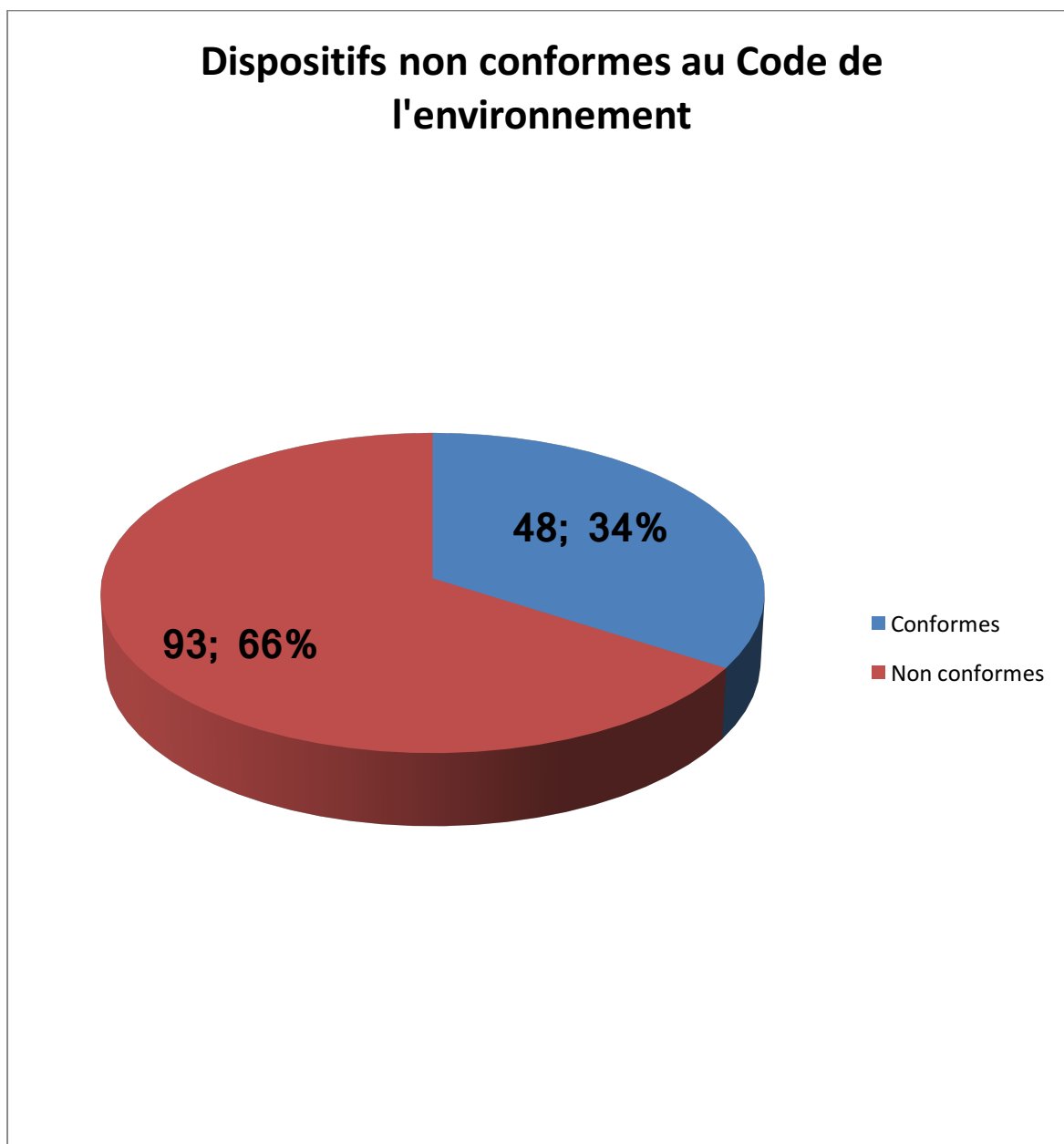
La publicité est particulièrement implantée aux l'entrées ouest et nord de la commune, ainsi que sur les deux zones d'activités susmentionnées.

Il faut également noter l'absence quasi-totale, hors publicité sur mobilier urbain, de publicités et/ou préenseignes sur le littoral de la commune.



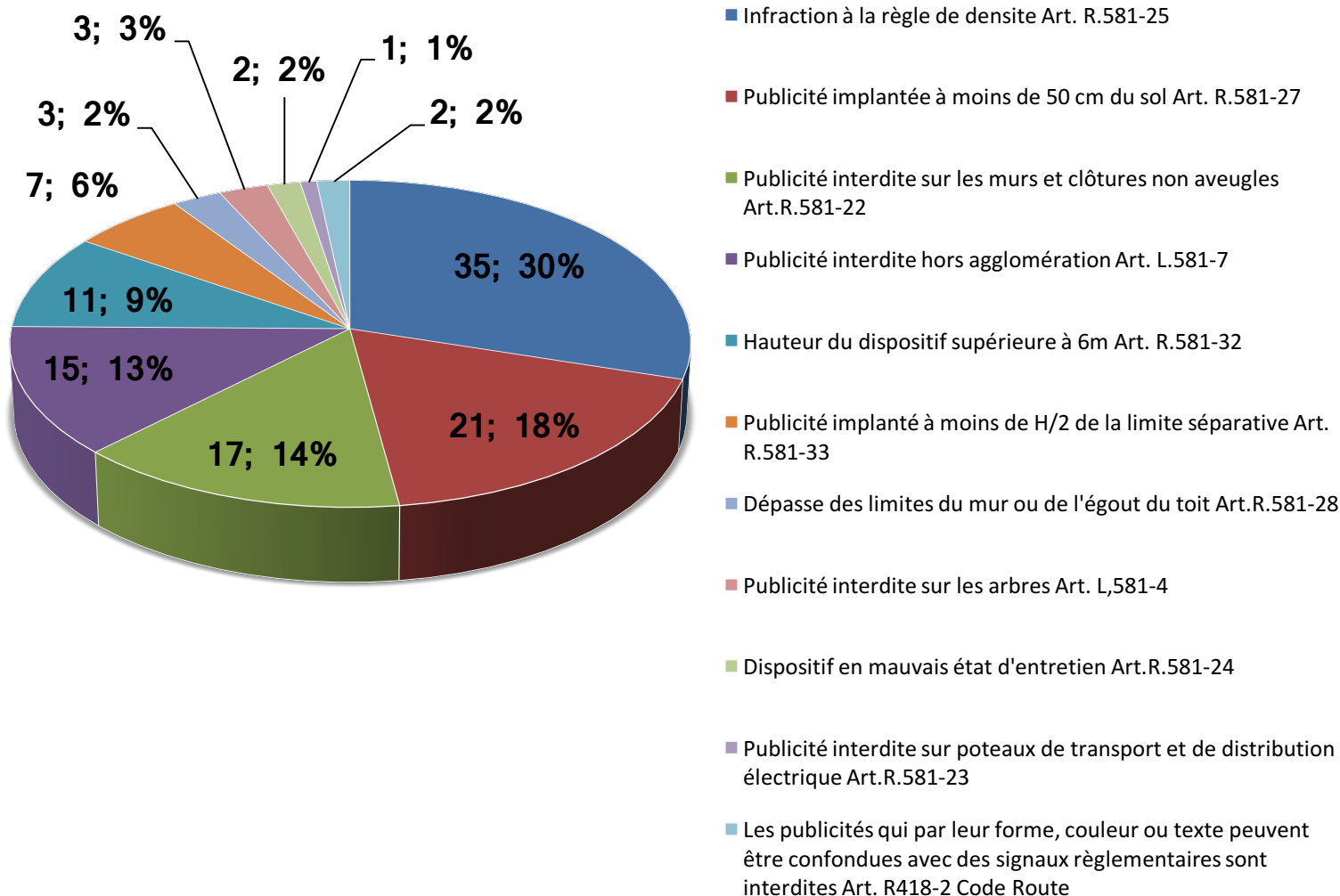
2. Les infractions relevées

Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement.



On constate que 93 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 66% des dispositifs relevés. Les principales problématiques concernent le non-respect de la règle de densité.

Publicités et préenseignes non conformes



Sur les 93 dispositifs non conformes en 2016, on relève 117 infractions. Certains dispositifs sont l'objet de plusieurs infractions.

Environ 30% des infractions concernent le non-respect de la règle de densité publicitaire (voir illustration page précédente). Cela repose sur un trop grand nombre de publicités et préenseignes installées sur une même unité foncière.

On relève également :

- 21 dispositifs publicitaires implantés à moins de 50cm du sol²⁹ ;
- 17 publicités apposées sur murs ou clôtures non aveugles³⁰ ;
- 15 publicités implantées hors agglomération³¹ ;
- 11 publicités excèdent 6m de hauteur³² ;
- 7 dispositifs ne respectant pas la règle de recul ou de prospect³³.

²⁹ : Article R.581-27 du code de l'environnement

³⁰ : Article R.581-22 du code de l'environnement

³¹ Article R581-7 du code de l'environnement

³² : Article R.581-32 code de l'environnement

L'analyse a également permis d'identifier d'autres infractions concernant des publicités dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, des publicités implantées sur les arbres, des publicités en mauvais état d'entretien, des publicités implantées sur des panneaux de transport et de distribution électriques et des dispositifs qui par leur forme, couleur ou texte peuvent être confondues avec des signaux règlementaires³⁴.

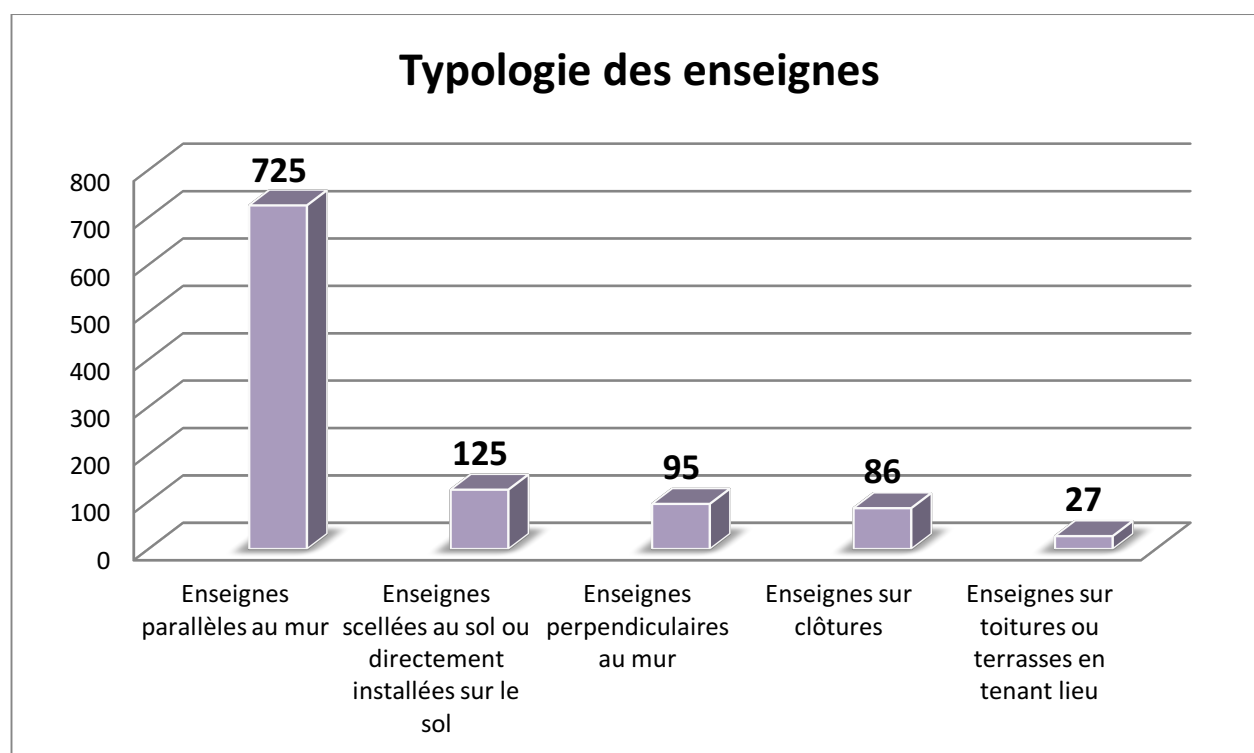
Finalement, les infractions identifiées au Pradet en matière de publicité concernent pour l'essentiel la règle de densité. L'application de celle-ci permettra une amélioration importante de la qualité paysagère de la commune.

³³ : Article R.581-33 du code de l'environnement

³⁴ Article R.581-28, L.581-4, R.581-24 et R.581-23 du code de l'environnement et R481-2 du code de la route.

3. Les caractéristiques des enseignes

1058 enseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles signalent environ 230 activités.

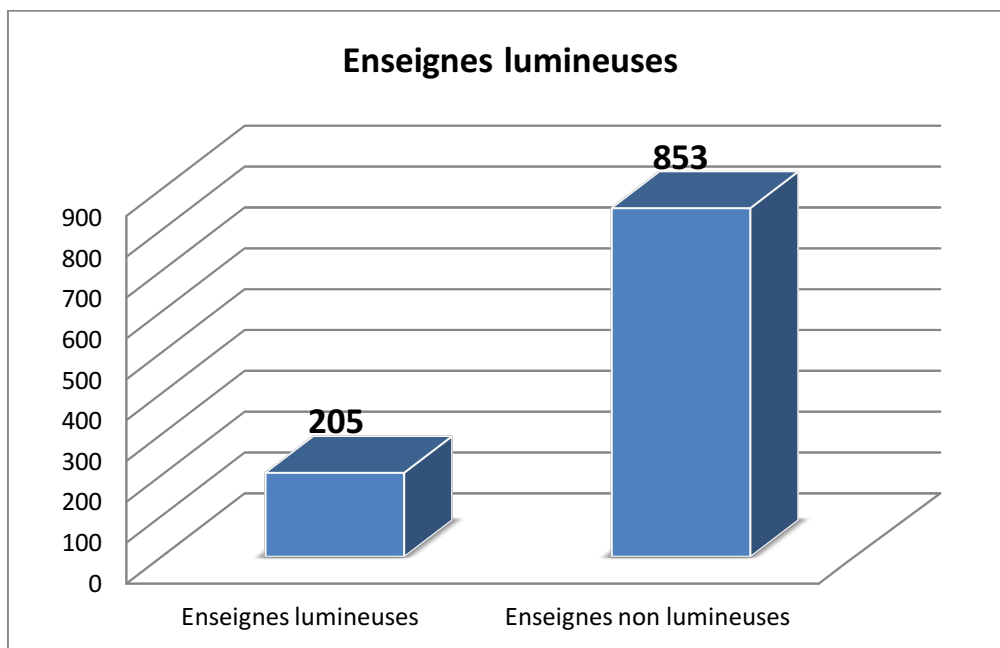


Près de 68% des enseignes recensées au Pradet sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue. Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support. Elles représentent près de 12% des enseignes recensées

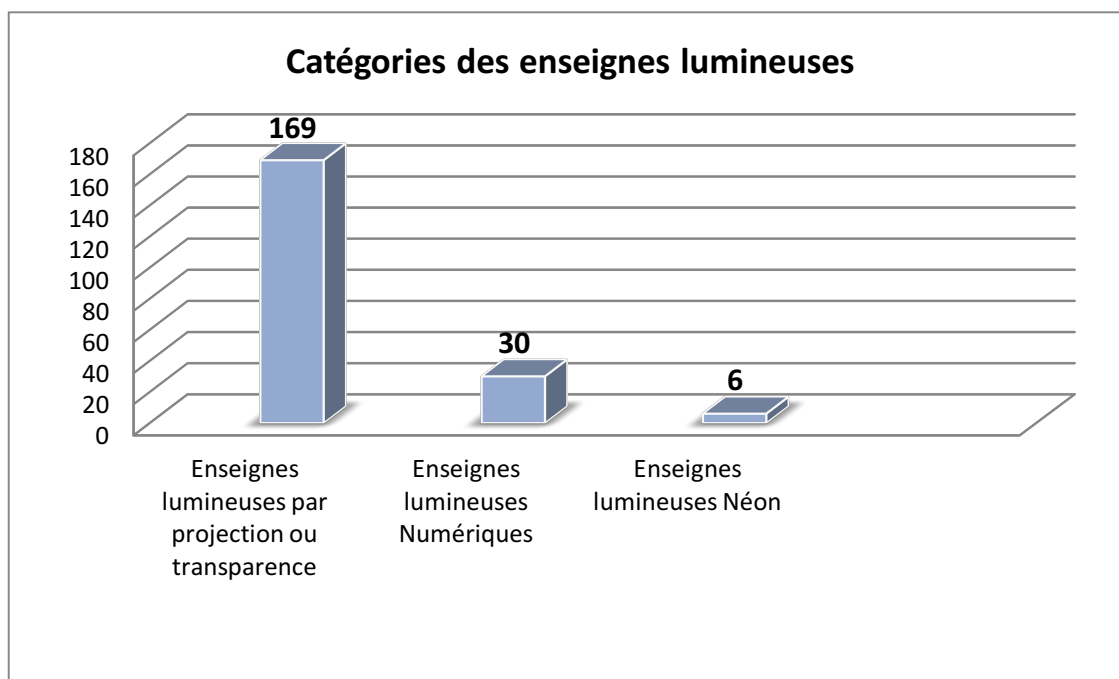
Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Bien qu'elles soient moins nombreuses sur le territoire communal elles représentent tout de même 9% des enseignes recensées. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.

Enfin, les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) et les enseignes sur toitures ou terrasses en tenant lieu représentent 11% des enseignes du Pradet. Une attention particulière devra être portée à ces deux catégories de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité.



Le recensement a permis d'inventorier les enseignes lumineuses ou non. L'enseigne lumineuse est définie comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet³⁵ ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

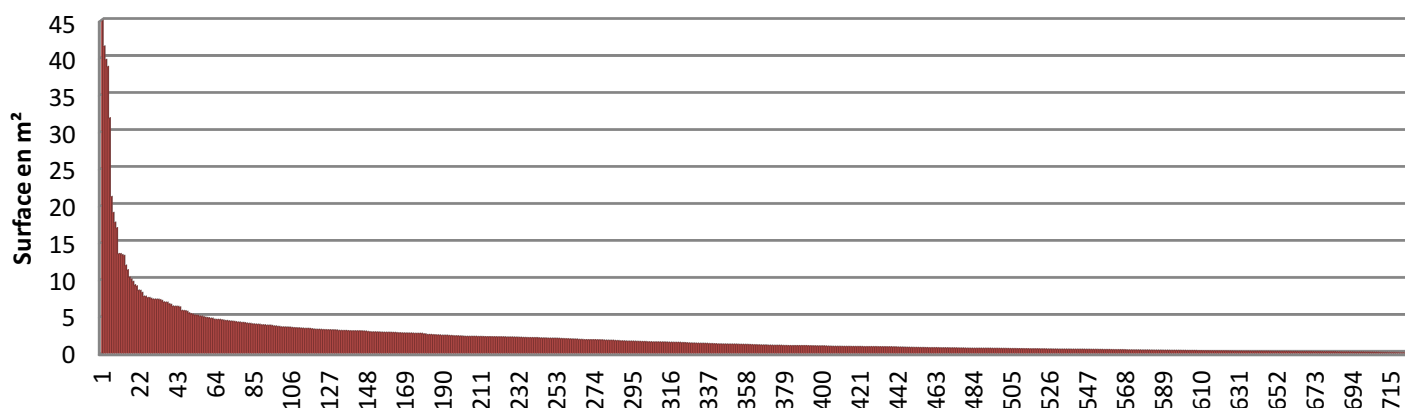
Les enseignes lumineuses représentent près de 10% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence. Elles représentent 82% des enseignes lumineuses contre 15% pour les enseignes numériques et 3% d'enseignes en néon.



³⁵ : Article R.581-59 du code de l'environnement

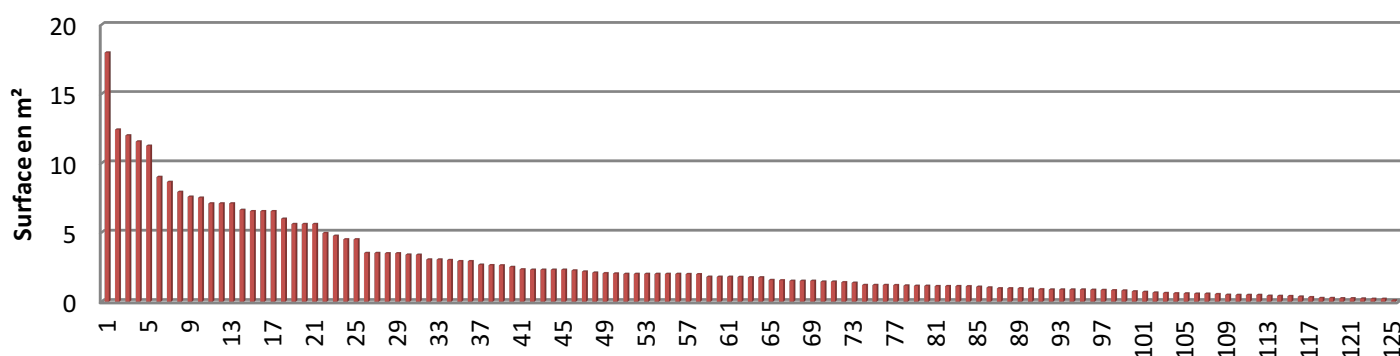
Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos. Elles ont un impactant particulièrement important sur le paysage urbain et nécessite d'être prise en compte dans la réflexion d'élaboration du règlement local de publicité.

Surface des enseignes parallèles au mur



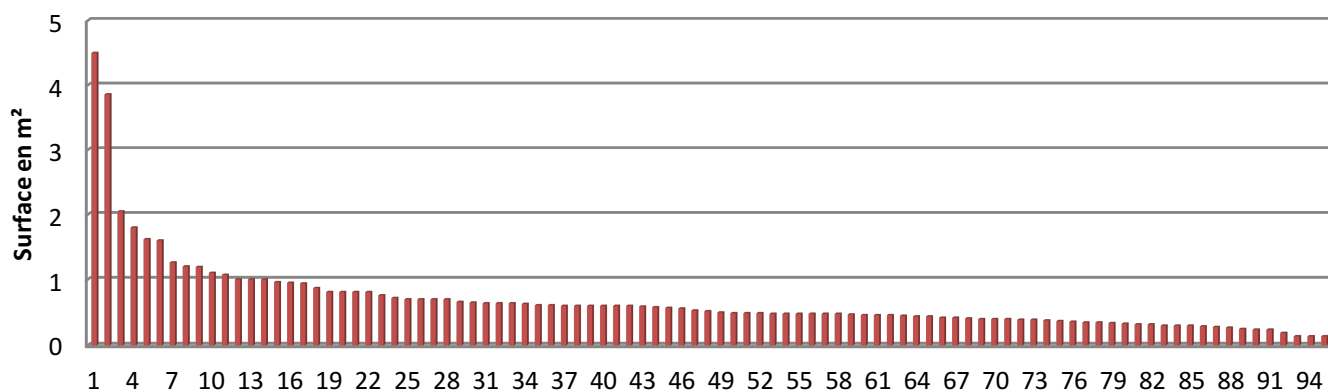
Seule 7% des enseignes ont une surface inférieure à 5m². Les enseignes de surface importante ont un impact important sur le paysage. On notera que, seul 2% des enseignes parallèles au mur ont une surface supérieure à 12m².

Surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



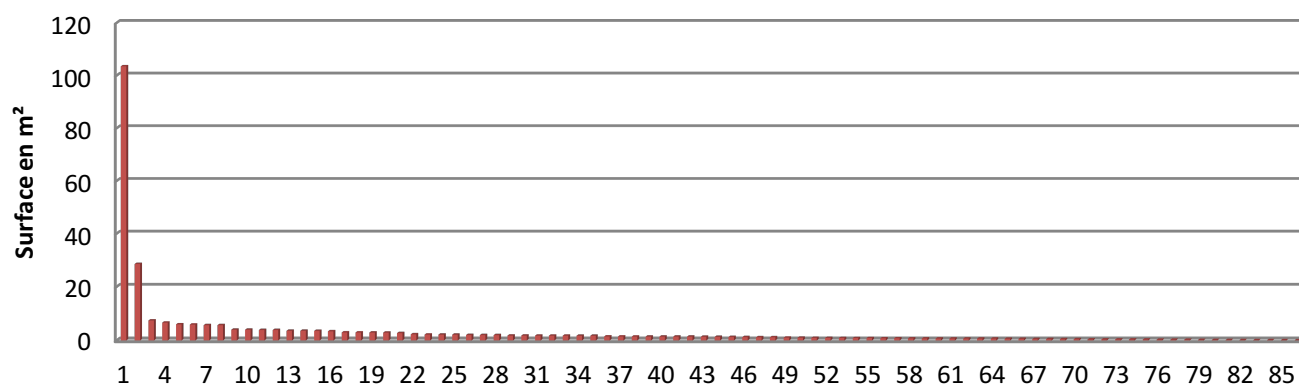
On remarque que seulement 2 enseignes dépassent le seuil de surface de 12m² fixé par le code de l'environnement.

Surface des enseignes perpendiculaires au mur



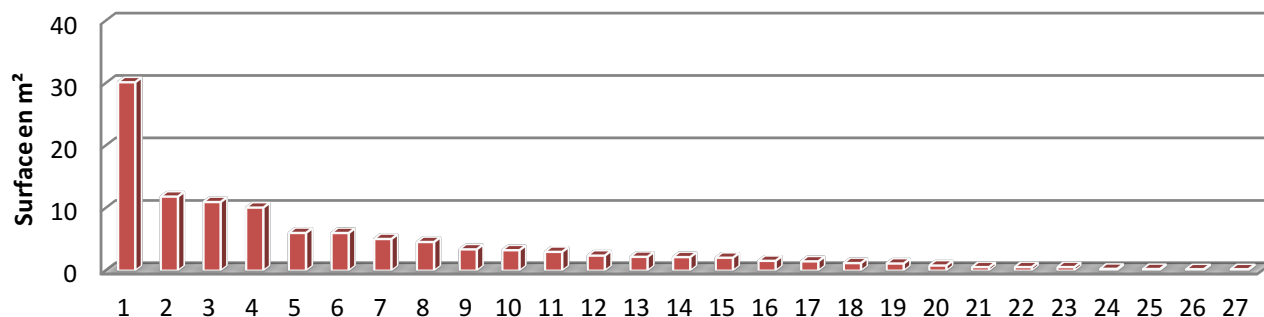
Concernant les enseignes perpendiculaires au mur, la majorité des dispositifs ne dépasse pas 2m². Seules 2 enseignes se trouvent entre 2m² et 5m².

Surface des enseignes sur clôtures



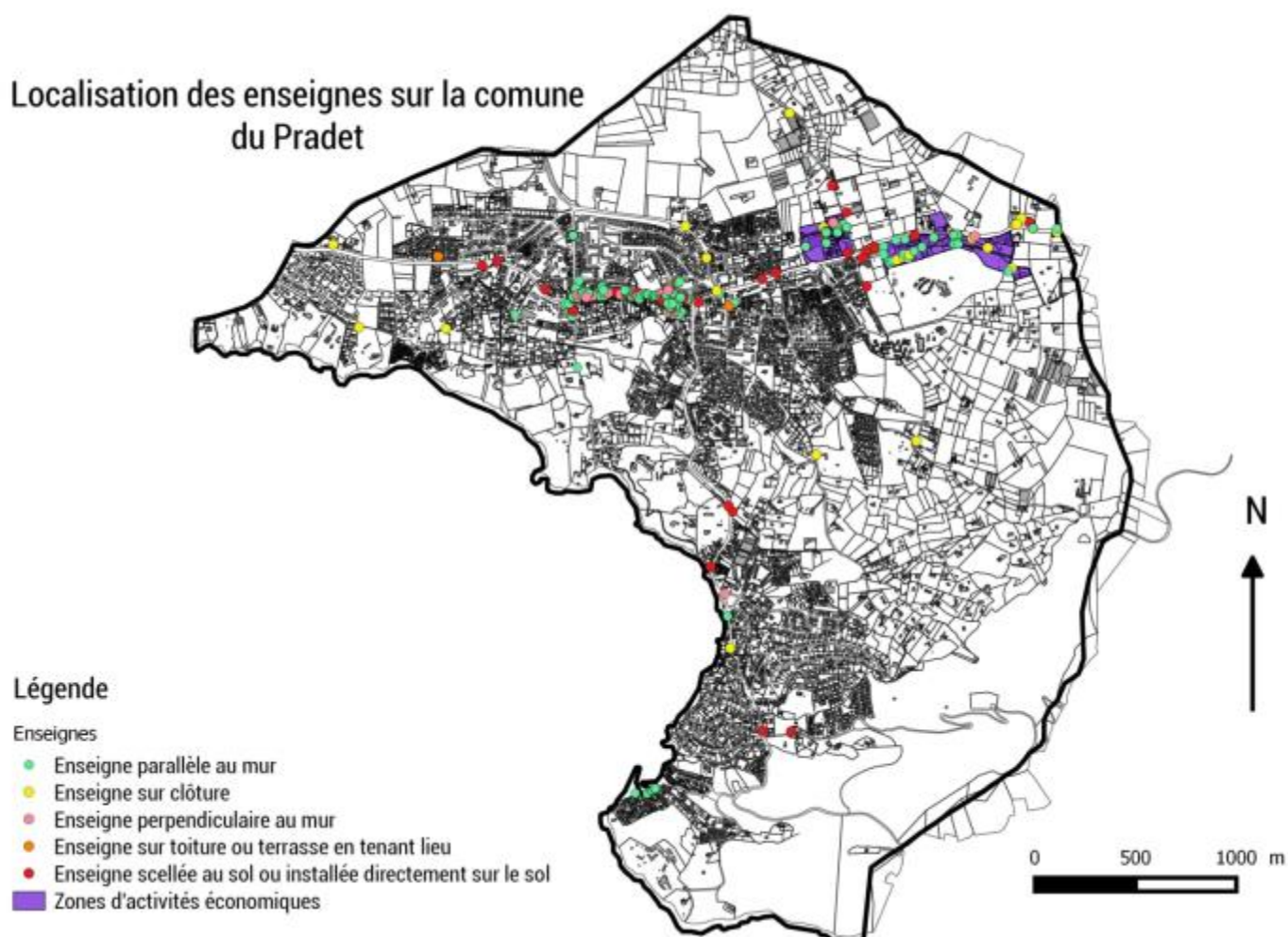
La majorité des enseignes sur clôtures d'excèdent pas 6m² de surface. Les enseignes sur clôture sont régies par les mêmes règles que les enseignes parallèles au mur.

Surface des enseignes sur terrasses ou toitures en tenant lieu



Une attention particulière sera portée aux enseignes sur toiture qui sont, du fait de leur implantation, des dispositifs particulièrement impactant pour le paysage de la commune.

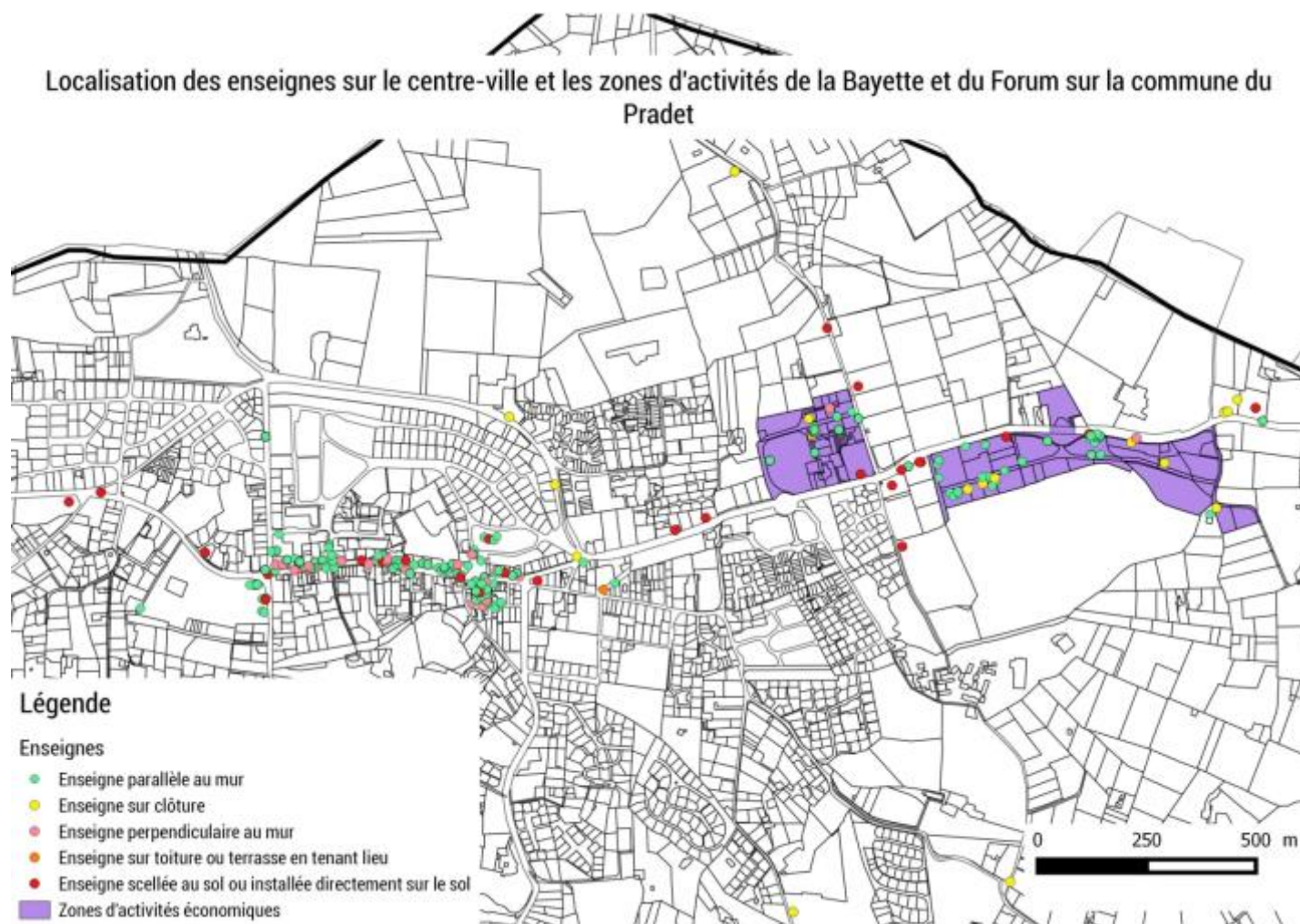
Localisation des enseignes sur la commune du Pradet



Les cartographies ci-dessus et ci-contre, nous montrent que les enseignes sont principalement localisées en centre-ville (notamment les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur) ainsi que sur les zones d'activités du Forum et de la Bayette (enseignes parallèles au mur).

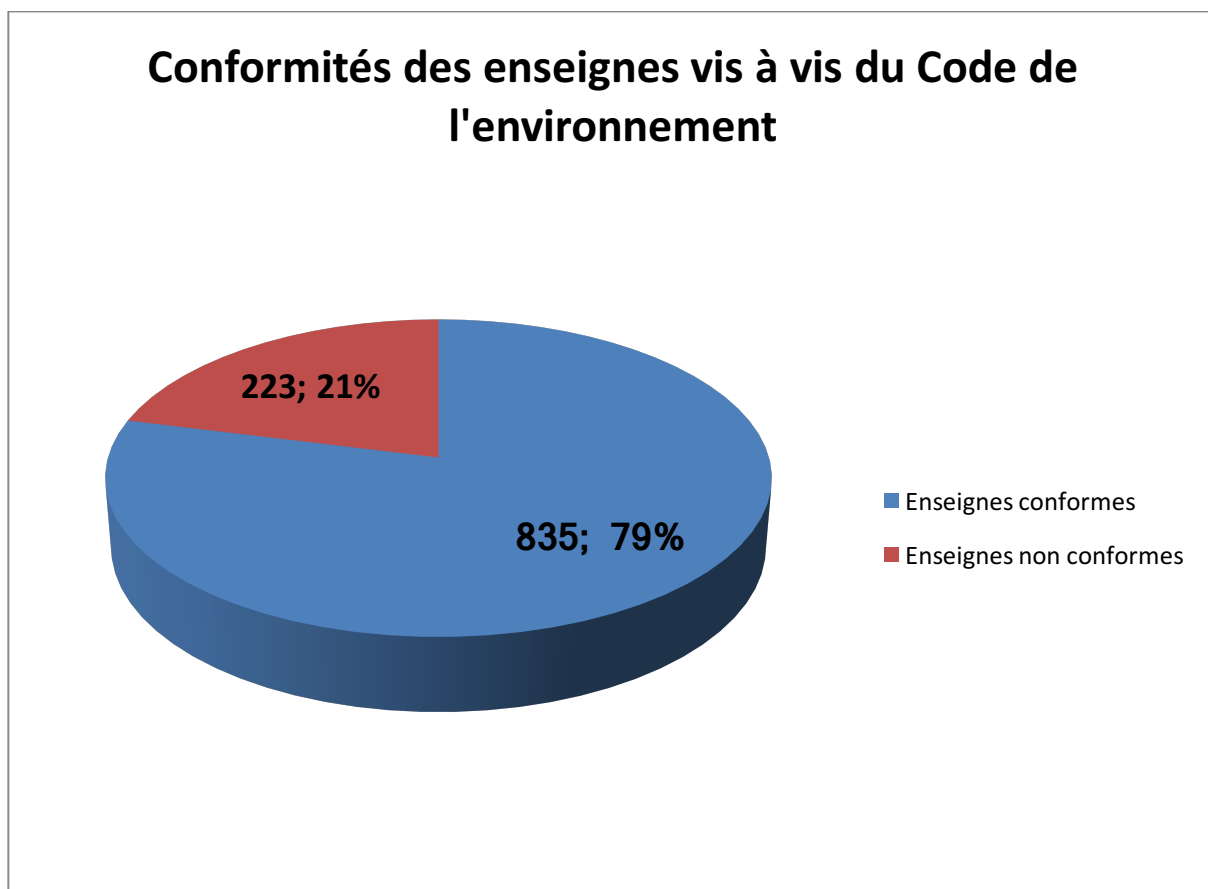
Quelques enseignes sont également présentes le long de la D2086 de manière sporadique.

Les enseignes sur clôtures sont implantées tant sur des axes plus excentrés et touchés de manière moins directe par l'activité économique que sur les zones d'activités susmentionnées.



4. Les infractions relevées

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



On constate que 223 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 21% des enseignes du Pradet.

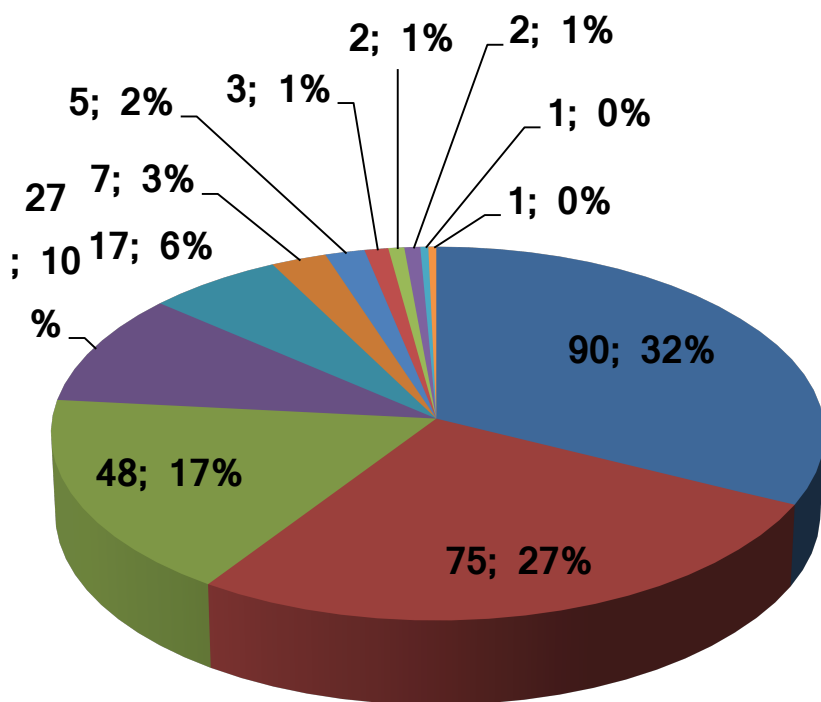
Or, sur les 223 enseignes relevées comme étant non conformes, 278 infractions ont été relevées car plus d'une cinquantaine d'enseignes font l'objet d'une double infraction au moins, au code de l'environnement. La principale infraction concerne des enseignes qui dépassent les limites du mur ou de l'égout du toit³⁶.

Pour certaines infractions relatives à des enseignes installées avant le 1er juillet 2012, le délai de mise en conformité court jusqu'au 1er juillet 2018. Il s'agit notamment :

- de la surface maximale des enseignes sur toiture (60 m²) ;
- de la surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (15% ou 25%) ;
- du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant l'activité ;
- de la surface maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants limitée à 12 m² ;
- des règles concernant les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

³⁶ Article R581-60 du code de l'environnement

Enseignes non conformes



- Dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit Art.R581-60
- Surface cumulée excédant 15% ou 25% de la façade commerciale Art.R581-63
- Enseigne scellée au sol de plus d'1m² limité à 1 dispositif art. R.581-64
- Enseigne sur toiture non réalisée en lettre découpée et doit dissimuler ses fixations Art. R581-62
- Enseigne en mauvais état d'entretien et/ou de fonctionnement Art. R.581-58
- Hauteur de plus de 6,50m Art.581-65
- Dispositif implanté à moins de H/2 ou 10m devant une baie Art. R581-65
- Enseigne de plus d'1m² supérieure à 12m²
- Saillie excédant 0,25m Art.R581-60
- Dépasse les limites supérieure du mur Art. R581-61
- Enseigne sur balcon interdite Art.R581-60
- Saillie excédant 2 mètres Art. R581-60

On relève 90 enseignes parallèles au mur dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit. Et plusieurs activités ont une façade "saturée" d'enseignes et ne respectent pas le seuil de 15% d'enseignes en façade ou 25% dans le cas de façade commerciale < 50 m²³⁷. 75 enseignes sont concernées par cette règle. De plus, 2 enseignes parallèles au mur excèdent 0,25m de saillie par rapport au mur sur lequel elles sont apposées.

On relève également 47 enseignes scellées ou installées directement sur le sol dont le nombre est supérieure à un le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique où s'exerce l'activité signalée. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux sur

³⁷ L'article R581-63 du code de l'environnement précise que si la surface commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m², la surface cumulée peut être portée à 25% de la surface totale de cette façade.

des mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ». La surface de 3 enseignes scellées au sol ou installées sur le sol dépasse 12 m² et 7 enseignes du même type dépassent 6,5m de hauteur³⁸. 17 enseignes de ce type sont également implantées à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété.

Les enseignes sur toiture ont un impact paysager très important. On constate que 27 d'entre-elle sont réalisées avec un panneau de fond ce qui est contraire aux prescriptions du code de l'environnement³⁹. Ce dernier précise que les enseignes sur toiture doivent être réalisées en lettres découpées et que leurs fixations doivent être dissimulées.

De manière générale, 17 dispositifs ne sont pas maintenus en bon état d'entretien et de fonctionnement contrairement aux prescriptions du code de l'environnement⁴⁰.

Enfin, on note des infractions mineures comme 1 enseigne apposée devant un balcon, 2 enseignes perpendiculaires qui dépassent la limite supérieure du mur où elles sont apposées et 1 enseigne perpendiculaire dont la saillie excède 2m⁴¹.

³⁸ Article R581-65 du code de l'environnement

³⁹ Article R581-62 du code de l'environnement

⁴⁰ : Article R.581-58 du code de l'environnement.

⁴¹ Article R.581-60 et R.581-61 du code de l'environnement.

III. Problématiques en matière de publicité extérieure

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

Problématique n°1 : Préservation des zones à fort enjeux paysagers et/ou patrimoniaux notamment les zones pavillonnaires et la zone littorale dont les Oursinières et les abords de la D2086(Garonne)

Une des problématiques principales du territoire est la préservation des quartiers résidentiels et du littoral de la publicité qui pourrait nuire à son l'image qualitative et touristique de la commune.



Chemin des Gravettes, Le Pradet, 2015.



Chemin des Gravettes, Le Pradet, 2015.



Port des Oursinières, Le Pradet, 2015.



Le Pin de Galle, chemin des Galinettes, Le Pradet, 2015.



Boulevard Commandant L'Herminier, Le Pradet, 2015.



Plage des Oursinières, Le Pradet, 2015.

Problématique n°2 : Amélioration de la qualité paysagère en entrées de ville et notamment sur la D559 et sur les zones d'activités de la Bayette 1 et 2 et du Forum (ZAE).

La densité de publicités (et préenseignes) scellées au sol ou sur mur est parfois importante notamment aux abords des entrées de ville et de manière générale le long de l'axe pénétrant du territoire, la D559 permettant de relier Toulon à Hyères.



Entrée ouest du Pradet, D559, Le Pradet, 2015.



Avenue Ganzin, ZAE du Forum, entrée est du Pradet, Le Pradet, 2015.



Avenue Ganzin, Le Pradet, 2015.



Avenue Ganzin, Le Pradet, 2015.

Problématique n°3 : Amélioration de la qualité de l'environnement urbain dans le centre-ville

Le nombre d'enseigne particulièrement important en centre-ville est susceptible d'avoir un impact paysager fort sur le bourg de la commune. Limiter les enseignes permettrait de revaloriser et redynamiser les activités locales présentes en centre ville.



Avenue de la 1^{ère} DFL, Le Pradet, 2015.



Intersection Avenue Général Brosset et Avenue Jean Moulin, Le Pradet, 2015.



Place Paul Flamenq, Le Pradet, 2015.



Place Paul Flamenq, Le Pradet, 2015.



Avenue de la 1^{ère} DFL, Le Pradet, 2015.



Avenue Ganzin, Le Pradet, 2015.

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

1. Les objectifs

La commune du Pradet a fixé plusieurs objectifs pour l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure sur son territoire :

Objectif n°1 : Préservation du cadre de vie et la qualité paysagère sur le territoire du Pradet ;

Objectif n°2 : Protection de l'image du centre-ville et du périmètre d'aire d'adhésion du parc national du Port Cros par une réflexion sur la place des enseignes ;

Objectif n°3 : Amélioration de la qualité des zones d'activités économiques située à l'Est de la commune : la zone d'activités du Forum et les zones d'activités de la Bayette 1 et 2.

2. Les orientations

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

Orientation 1 : Réglementer les enseignes dans le centre-ville et dans le périmètre de l'aire d'adhésion du parc nationale de Port Cros et notamment les enseignes perpendiculaires et installées directement sur le sol de moins d'1m² pouvant nuire à la qualité et à la préservation du centre-ville et du périmètre d'aire d'adhésion du parc national de Port Cros ;

Orientation 2 : Limiter l'impact de la publicité et des préenseignes en renforçant la règle de densité publicitaire ainsi que les formats des dispositifs plus particulièrement dans le centre-ville, le périmètre de l'aire d'adhésion du parc nationale de Port Cros et le long de la D559, axe structurant du territoire, afin d'éviter la multiplication de la publicité extérieure ;

Orientation 3 : Réglementer les enseignes en zones d'activités situées à l'Est de la commune, les zones d'activités de la Bayette 1 et 2 et la zone d'activités du Forum, notamment les enseignes scellées au sol ou encore sur clôture impactant fortement le paysage.

Ces orientations s'appliquent aussi bien à la publicité qu'aux enseignes. La commune a également choisi d'encadrer les enseignes temporaires peu encadrées par la réglementation nationale.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicité et préenseigne

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire du Pradet. Ledit zonage prend également en compte la volonté de la commune de préserver la Place Flamenq, le cœur de la commune.

Ainsi, les zones de publicité sont définies de la manière suivante :

- La Zone de publicité n°1 (ZP1) couvrant les zones d'activités comprenant les zones d'activités du Forum et de la Bayette 1 et 2 ;
- La Zone de publicité n°2 (ZP2) couvrant la zone agglomérée non couverte par les autres zones citées ;
- La Zone de publicité n°3 A (ZP3 A) couvrant le centre-ville et plus particulièrement la place Flamenq et ses alentours ;
- La Zone de publicité n°3 B (ZP3 B) couvrant le périmètre de l'aire d'adhésion du parc national du Port Cros et le secteur littoral.

Par ailleurs, pour éviter toute ambiguïté sur le règlement local de publicité du Pradet et son application, la commune précise que les surfaces maximales autorisées, énoncées ci-après correspondent à l'ensemble du dispositifs publicitaire (moulure, affiche, etc. inclus), conformément aux jurisprudences du Conseil d'Etat⁴².

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les zones d'activités du Forum et de la Bayette 1 et 2. Les principales problématiques de ces zones concernent la prééminence d'enseignes et le nombre important de publicités et préenseignes localisées dans la zone d'activités et sur l'axe qui la traverse, la D559. Afin de respecter la conciliation entre préservation du paysage et intérêt économique, la volonté de la commune est d'encadrer plus strictement certaines catégories de dispositifs tout en prenant en compte les besoins des acteurs économiques locaux.

La commune du Pradet a donc choisi d'interdire la publicité lumineuse sur toiture qui, de par son implantation peu qualitative et ses caractéristiques, impacte fortement le paysage.

Elle a également décidé de poser des restrictions de surface et de hauteur pour les publicités scellées au sol ou installée directement sur le sol et publicités murales ou sur clôture. Ces dispositifs sont donc désormais limités à 6 m de hauteur et à une surface unitaire utile ne dépassant pas 8 mètres carrés. A savoir, que le format, encadrement compris, de ces publicités ne peut excéder 11 mètres carrés. Ces règles, plus restrictives que la réglementation du code de l'environnement, s'accompagnent de prescriptions esthétiques comme l'obligation d'avoir un bardage pour les dispositifs scellés au sol pour lequel une seule face du dispositif est exploitée.

Quant aux publicités murales, elles ne pourront être implantées à moins de 50 cm des arêtes du mur dans un souci d'harmonisation générale des implantations et de respect des perspectives architecturales des bâtiments sur lesquels elles sont apposées. Le but de ces prescriptions

⁴² : CE, 20 octobre 2016, req. N° 395494 ou encore CE, 6 octobre 1999, société Sopremo, req. 169570, Rec. Leb. p. 623

esthétiques est de limiter l'impact paysager des dispositifs publicitaires dans leur environnement urbain. En effet, ce retrait par rapport aux arêtes du mur permettra d'éviter les implantations au ras des arêtes du mur ou des clôtures. L'objectif est d'avoir des implantations plus centrées et respectueuses de l'architecture des bâtiments ou clôture sur lesquels les publicités sont apposées.

La commune a également choisi d'autoriser la publicité numérique en ZP1, tout en limitant sa surface à 2 m². La règle de densité a également été restreinte afin de limiter l'implantation des dispositifs publicitaires sur cette zone. Quant à la publicité sur mobilier urbain, seul le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques a été limité à la 4m² et 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

L'ensemble de ces règles a pour but d'harmoniser les règles existantes et de préserver les paysages d'entrées de ville, la D559 et des zones d'activités du Forum et de la Bayette 1 et 2.

La Zone de publicité n°2 (ZP2) couvre la zone agglomérée non couverte par les autres zones citées. Cette zone correspond principalement aux zones d'habitations et d'équipement de la commune. La volonté est de limiter la présence de la publicité dans cette zone peu touchée par la pression publicitaire.

La commune a donc décidé d'interdire les publicités lumineuses sur toiture, les publicités numériques et les publicités scellées au sol ayant un fort impact paysager du fait de leurs caractéristiques d'implantation ou de luminescence. De ce fait, ne sont autorisées que les publicités apposées sur mur dans la limite de 8m² et 6m de haut, implantées à une distance supérieure ou égale à 50 cm des arêtes du mur sur lequel elles sont apposées. La commune a également décidé d'instaurer une règle de densité en ZP1 en limitant à un dispositif implanté par mur ou clôture aveugle. Quant à la publicité sur mobilier urbain, seul le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques a été limité à la 4m² et 6 mètres au-dessus du niveau du sol. A ce titre, une étude complémentaire a été menée afin de déterminer le nombre d'emplacements potentiels qui pourraient accueillir les dispositifs publicitaires apposés sur mur ou clôture en ZP2. Il a donc été relevé environ 25 emplacements le long de la D559 susceptibles de permettre un redéploiement des dispositifs, non conformes au RLP, sur la ZP2.

L'ensemble de ces règles a pour but de préserver la multiplication des dispositifs publicitaires sur des zones résidentielles actuellement très peu soumises à la pression publicitaire. Il s'agit donc de maintenir la qualité paysagère de cette zone en favorisant la publicité dans un format plus restrictif que ce que prévoit la réglementation nationale.

La Zone de publicité n°3 A (ZP3 A) couvre le centre-ville et plus particulièrement la place Flamenq et ses alentours. Afin de préserver le centre-ville et d'en faire un secteur qualitatif au même titre que l'aire d'adhésion du périmètre du Parc National du Port Cros, la commune a souhaité mettre en place une réglementation particulièrement restrictive sur cette zone.

A ce titre, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée sur cette zone. Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques a été limité à 2m² et 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

L'objectif de ces règles est de valoriser l'espace public autour de la place Flamenq en mettant en cohérence les projets de développement urbain de la commune avec les règles de son règlement local de publicité. En effet, la commune a réalisé une réhabilitation des rues du centre-ville mais

travaille également sur une charte sur les devantures commerciales visant à réglementer les enseignes.

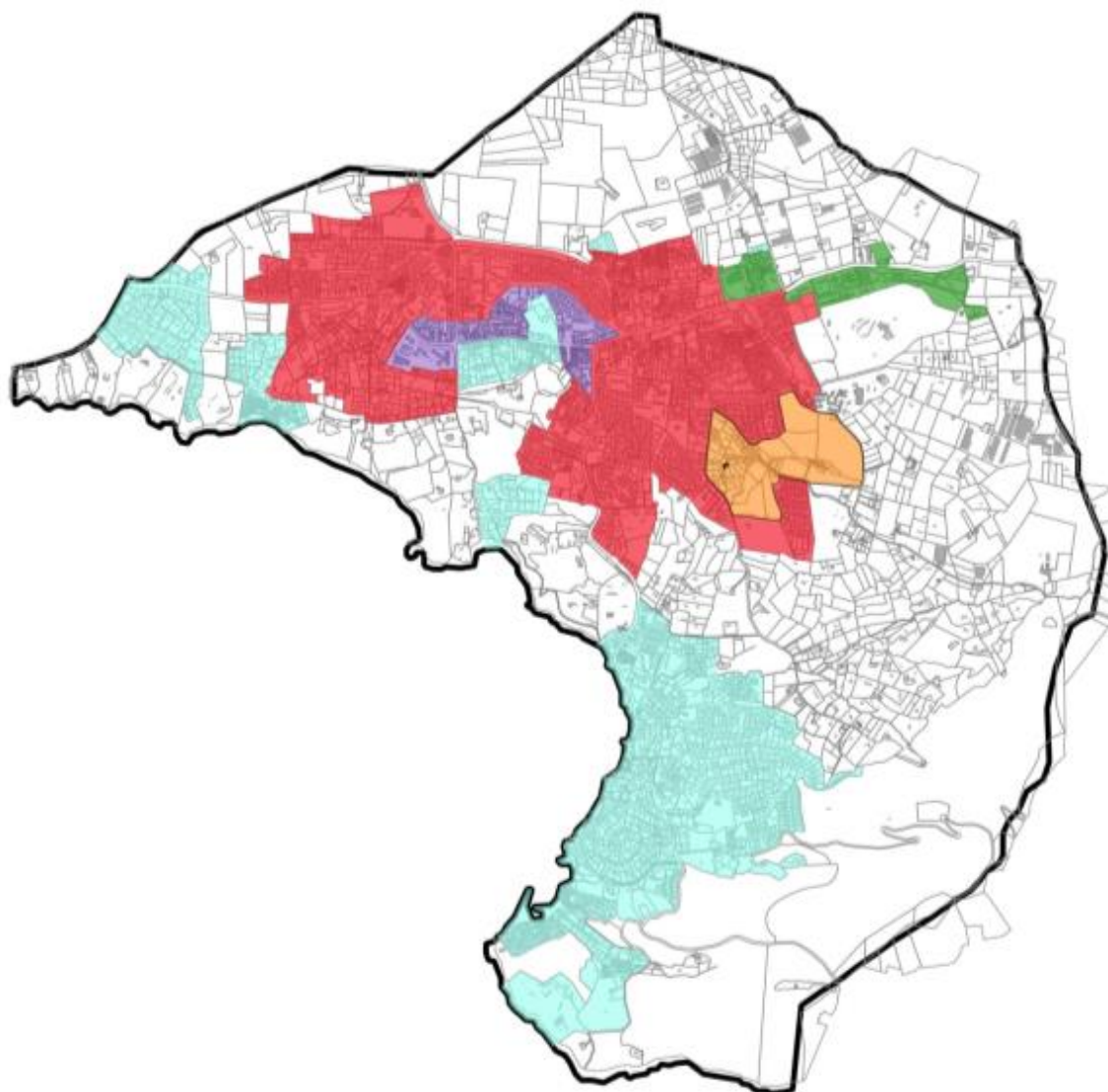
La Zone de publicité n°3 B (ZP3 B) couvrant le périmètre de l'aire d'adhésion du parc national du Port Cros et le secteur littoral. Cette zone étant couverte par le périmètre de l'aire d'adhésion du parc national du Port Cros, la publicité est par définition interdite sauf réintroduction par un RLP. Pour cette zone, la commune a décidé de réintroduire de la publicité installée à titre accessoire sur le mobilier urbain. La surface et la hauteur de la publicité sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ont été respectivement réduites à 2m² et 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Le but de cette réglementation stricte en ZP3 B est de protéger le patrimoine naturel et architectural de la commune du fait de la présence de l'aire d'adhésion du parc national de Port Cros et maintenir les infrastructures présentes sur le territoire type arbis de voyageurs etc.

L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23h00 et 06h00 afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

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


Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville du Pradet



Légende

- ZP1 : Zone d'activités
- ZP2 : Zone agglomérée
- ZP3A : Zone de protection du centre-ville
- ZP3B : Zone de protection du PNPC et du littoral
- Villa l'Artaude (Monument historique)
- Périmètre de protection modifié de la villa l'Artaude

0 250 500 m



2. Les choix retenus en matière d'enseigne

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes, est basé sur le zonage appliqué à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les 4 zones définies pour les publicités et préenseignes sont reprises pour les enseignes.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les zones d'activités du Forum et de la Bayette 1 et 2. La commune a fait le choix d'interdire les enseignes sur les arbres, les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet, les enseignes sur clôture et les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu qui constituent des dispositifs peu qualitatifs pour le paysage du fait des caractéristiques de leurs implantations.

Afin de renforcer l'harmonisation de l'implantation des enseignes, la commune a choisi de mettre en place une prescription esthétique relative à l'alignement des enseignes perpendiculaires et parallèles en-dessous des limites du plancher du 1^{er} étage pour les activités situées en rez-de-chaussée. Cette règle a pour but de limiter les implantations anarchiques sur les bâtiments en respectant les perspectives paysagères urbaines. De plus, les enseignes perpendiculaires ont été limitées à une par voie bordant l'activité, 1 mètre de hauteur et 80 cm de saillie.

Les enseignes de plus d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ont été limitées à 6m² et 6m de haut en ZP1. La commune a également limité l'implantation des enseignes de moins d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol, peu encadrées au niveau national, afin d'éviter la multiplication de ce type d'enseignes. Elles ont été limitées à 2 par voie bordant l'activité et 1,5 mètre de hauteur maximum. Afin de concilier les besoins des acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie, la commune a décidé d'autoriser les enseignes numériques en les limitant à 1 par activité et un maximum de 2 m² de surface.

L'ensemble de ces règles a pour but de maintenir l'équilibre entre intérêt économique tout en préservant le cadre de vie existant sur le territoire du Pradet.

La Zone de publicité n°2 (ZP2) couvre la zone agglomérée non couverte par les autres zones citées. Afin de garantir des implantations qualitatives en zone agglomérée, la commune a décidé d'interdire les enseignes sur les arbres, les enseignes sur les garde-corps de balcon ou balconnet, les enseignes sur auvents ou marquises, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les enseignes sur clôtures et les enseignes numériques. Comme en ZP1, la ZP2 se voit appliquer la même règle d'alignement des enseignes parallèles et perpendiculaires. Les enseignes perpendiculaires sont limités à une par voie bordant l'activité, 1 mètre de hauteur et 80 cm de saillie afin de limiter leur impact dans les rues proches du centre-ville.

Quant aux enseignes de moins d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles sont limitées à une par voir bordant l'activité et 1,5 m de haut afin d'éviter la prolifération de ce type d'enseignes peu qualitatives dans un secteur où elles sont à l'heure actuelle absentes.

Les enseignes de plus d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ont été limitées à 6m² et 6m de haut en cohérence avec la réglementation en ZP1. Cependant, en ZP2, la commune a prévu que pour des activités situées sur la même unité foncière, celles-ci regroupent

leurs enseignes sur le même support. Ces dispositifs ayant le même impact que les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, une attention particulière a été portée à ces enseignes. Ces raisons expliquent que la commune ait décidé d'appliquer à ces enseignes des règles strictes pour limiter leur incidence sur l'environnement du Pradet.

A noter également que les règles en matière d'enseigne applicable à la ZP2 le seront également pour les zones hors agglomération.

La Zone de publicité n°3 A (ZP3 A) couvrant le centre-ville et plus particulièrement la place Flamenq et ses alentours et la Zone de publicité n°3 B (ZP3 B) couvrant le périmètre de l'aire d'adhésion du parc national du Port Cros et le secteur littoral. Afin de préserver la richesse du patrimoine communal, la commune a décidé de mettre en place des règles d'interdiction strictes pour les enseignes. Ainsi, sont interdites sur la ZP3 A et B les enseignes sur les arbres, les enseignes sur les garde-corps de balcon ou balconnet, les enseignes sur auvents ou marquises, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les enseignes sur clôtures et les enseignes numériques.

Comme dans les autres zones de publicités, les enseignes perpendiculaires et parallèles devront être alignées en-dessous des limites du plancher du 1^{er} étage pour les activités situées en rez-de-chaussée afin de renforcer l'harmonisation de l'implantation des enseignes. Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à une par voie bordant l'activité, 1 mètre de hauteur et 80 cm de saillie comme en ZP1.

Quant aux enseignes de moins d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles sont limitées à 1 par voir bordant l'activité et 1,5m de haut afin d'éviter la multiplication de ce type d'enseignes peu qualitatives en centre-ville notamment.

La réflexion menée sur les enseignes dans cette zone respecte notamment la volonté de la commune de mettre en place une charte graphique applicable spécifiquement sur la place Flamenq afin de contribuer à la mise en place d'un cadre de vie qualitatif pour les citoyens du Pradet. Cette réflexion s'inscrit dans l'optique de préservation et de valorisation de cette zone déjà très préservée en matière d'implantation de publicités.

Enfin, sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, claquée sur celle qui est applicable à la publicité 23h00 – 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne.

La commune a également souhaité encadrer les enseignes temporaires afin d'éviter les débordements lors d'opérations ou de manifestations exceptionnelles à caractère temporaire.