

Règlement Local de **Publicité** de la Métropole TPM

PUBLICITÉ



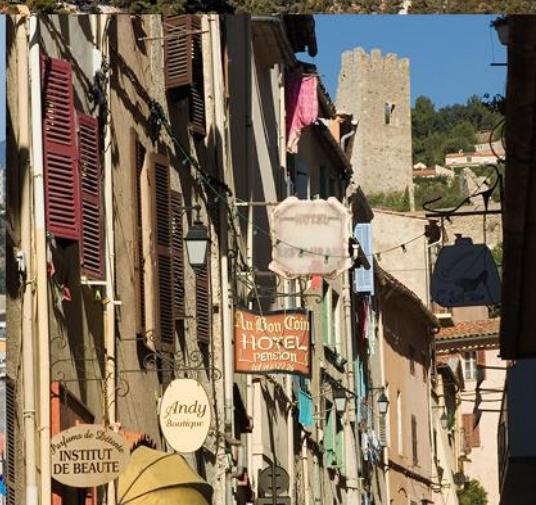
PRÉ-ENSEIGNES



ENSEIGNES



Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



1 - RAPPORT DE PRÉSENTATION

Élaboration du RLPI prescrite le 15/12/2020

Projet de RLPI arrêté le 30/04/2025

RLPi approuvé le 18/12/2025

Sommaire

Partie 1 : PRÉAMBULE	4
I. Pourquoi élaborer un règlement local de publicité intercommunal ?.....	5
II. Les principales étapes de la procédure.....	6
III. Les éléments constitutifs du RLPI.....	7
Partie 2 : DIAGNOSTIC.....	9
Chapitre 1 : Contexte intercommunal	10
I. Communes concernées par le RLPI – Contexte démographique	10
II. Contexte géographique et paysager	12
III. Un patrimoine bâti et naturel reconnu	19
IV. Le contexte viaire	32
V. Contexte économique	35
Chapitre 2 : Contexte réglementaire : rappel des règles nationales applicables aux dispositifs publicitaires, de pré-enseignes et d'enseignes	45
I. Champ d'application du droit de la publicité extérieure	45
II. Les récentes évolutions réglementaires	47
III. Les différents dispositifs visés par la réglementation	49
IV. Champ d'application géographique (unité urbaine) et démographique	53
V. Les dispositions de la réglementation nationale applicables sur le territoire de la Métropole Toulon Provence Méditerranée	57
VI. Les plans et programmes avec lesquels le RLPI doit être compatible	80
VII. Les dispositions des RLP communaux	81
Chapitre 3 : Diagnostic de la situation de la publicité extérieure sur le territoire	82
I. Préambule	82
II. Publicités et pré-enseignes : diagnostic par type de secteur	89
III. Enseignes : diagnostic par type de secteurs	101
IV. Synthèse des enjeux en matière d'affichage extérieur	113
Partie 3 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	115
I. Orientation n°1 - Valoriser les paysages urbains et la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle de TPM	116
II. Orientation n°2 – Valoriser l'image de TPM par la qualité de ses entrées de villes et traversées de territoire	116
III. Orientation n°3 – Préserver et mettre en valeur l'identité de TPM, ses richesses paysagères et patrimoniales	117
IV. Orientation n°4 – Intégrer la visibilité des activités économiques et culturelles	117
V. Orientation n°5 – Adapter la règle nationale d'extinction nocturne pour les dispositifs lumineux ..	118
Partie 4 : JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS AU REGARD DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	119
Chapitre 1 : Justification de la délimitation des zones du RLPI	120

I.	La zone de publicité n°0 – Espaces hors agglomération	121
II.	La zone de publicité n°1 – Centre villes, noyaux villageois et centres-villes élargis.....	121
III.	La zone de publicité n°2 – Tissus urbains périphériques à dominante résidentielle	123
IV.	La zone de publicité n°3 – Entrées de ville, de territoire	124
V.	La zone de publicité n°4 – Zones économiques	125
Chapitre 2 : Justification des choix règlementaires relatifs aux publicités et pré-enseignes		127
I.	Prescriptions communes à l'ensemble des zones.....	127
II.	Dispositions particulières applicables dans chacune des zones concernant la publicité	132
Chapitre 3 : Justification des choix règlementaires relatifs aux enseignes		136
I.	Prescriptions communes à l'ensemble des zones.....	136
II.	Dispositions particulières applicables dans chacune des zones concernant la publicité	137
Partie 5 : TABLE DES FIGURES.....		146
Partie 6 : ANNEXES.....		149
Annexe 1 – Analyse détaillée des RLP communaux		150

Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



PRÉAMBULE

I. Pourquoi élaborer un règlement local de publicité intercommunal ?

Les dispositifs publicitaires, si leur utilisation n'est pas réglementée, peuvent menacer la qualité du cadre de vie en le banalisant et en lui conférant une dépréciation paysagère notable. Pour autant ces dispositifs sont indispensables au développement de notre économie, voire à la survie de nos commerces de proximité qui ont besoin de cette visibilité.

Depuis la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), les règlements locaux de publicité (RLP) sont devenus des outils réglementaires qui permettent aux communes et aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme de contenir l'impact de la publicité extérieure (dispositifs publicitaires, enseignes et pré enseignes) tout en veillant à préserver la liberté d'expression. Ainsi, par délibération en date du 15 décembre 2020, le Conseil Métropolitain a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Actuellement et en application de la loi Grenelle II du 13 juillet 2010, six des RLP locaux antérieurs à cette date sont devenus caducs le 13 juillet 2022, soit les RLP de Toulon, Hyères-les-Palmiers, Ollioules, La Seyne-sur-Mer, La Valette-du-Var et La Crau. Les communes de Carqueiranne, Saint-Mandrier-sur-Mer et Le-Revest-les-Eaux ne sont pas dotées d'un RLP. Aujourd'hui, seuls trois RLP sont encore en vigueur, ceux de La Garde, Six-Fours-les-Plages et Le Pradet.

L'objectif premier du RLPI sera de conserver les diverses entités paysagères et architecturales qui participent à l'identité de la Métropole. Il vise également à adapter, à préciser et à harmoniser la réglementation nationale aux enjeux paysagers, touristiques, patrimoniaux et économiques des 12 communes membres.

Forte de cette démarche et afin de ne créer aucune disparité qualitative, la Métropole Toulon Provence Méditerranée s'est engagée dans la construction d'un véritable outil réglementaire de l'affichage publicitaire harmonisant la réglementation d'affichage des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Dans sa délibération, la Métropole se fixe les objectifs suivants :

- Réglementer les publicités, les enseignes et les préenseignes dans un but de protection du cadre de vie et des paysages ;
- Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle du Territoire de la Métropole TPM ;
- Mettre en valeur le patrimoine et les paysages urbains, naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité ;
- Améliorer l'image et l'attractivité du territoire en encadrant l'affichage publicitaire ;
- Revoir le contenu des zones réglementées en fonction de la réglementation nationale à la suite de la réforme introduite par la loi Grenelle II et ses évolutions ultérieures ;
- Réinterroger les zones de publicité autorisée instituées par certains RLP communaux au regard de l'évolution des communes concernées et des nouveaux choix.

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) pourra fixer des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles des voies ouvertes à la circulation publique. Conformément à l'article L581-2 du Code de l'Environnement, il s'appliquera sans distinction d'une implantation sur une dépendance du domaine public ou du domaine privé afin de préserver la qualité du paysage urbain et protéger notre cadre de vie tout en prenant en considération les besoins de communication des acteurs locaux.

Le présent document constitue le rapport de présentation du RLPI de la Métropole Toulon Provence Méditerranée.

II. Les principales étapes de la procédure

« Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des PLU définies au chapitre III du titre V du livre 1er du Code l'urbanisme » (Article L.581-14-1 du CE).

La procédure est menée à l'initiative de la Métropole, compétente en matière de PLU.

1. L'élaboration du RLPI

Prescription de l'élaboration du RLPI :

La délibération prise par le Conseil Métropolitain en date du 15 décembre 2020, fixe les enjeux et objectifs poursuivis par le RLPI, adaptés au contexte local et détermine les modalités précises de la concertation (objectifs, objet, modalités d'échanges : internet, réunions, etc.) et de la collaboration avec les communes membres à travers une charte de gouvernance. Elle a été notifiée à toutes les personnes publiques associées (PPA).

1.1. Élaboration du Projet (*):

L'élaboration du RLPI a été menée en y associant les services de l'Etat et autres personnes publiques. Elle a fait l'objet d'une concertation publique suivant les modalités retenues lors de la délibération de prescription. Les orientations du RLPI ont été validées par tous les conseils municipaux.

1.2. Bilan de la concertation et Arrêt du Projet de RLPI (*) :

La délibération tire le bilan de la concertation et arrête le projet. Le projet de RLPI ainsi arrêté sera transmis pour avis aux personnes publiques associées et consultées et à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) qui disposent d'un délai de trois mois au terme duquel leur réponse est réputée favorable.

1.3. Enquête publique :

Après avis de la CDNPS et des PPA, le dossier, auquel sont annexés les différents avis rendus pendant l'élaboration du projet de RLPI, est soumis à enquête publique pour une durée minimale d'un mois sans excéder deux mois. Le commissaire enquêteur transmet au président de la Métropole TPM, son rapport et ses conclusions motivées dans un délai d'un mois à compter de la date de clôture de l'enquête. A ce stade, le RLPI est le cas échéant modifié pour tenir compte des avis rendus par les personnes publiques, la CDNPS, des observations du public et des conclusions du commissaire enquêteur.

1.4. Approbation du RLPI (*) :

A la suite de l'enquête publique et après avoir le cas échéant modifié le projet de RLPI, la délibération d'approbation du RLPI conclut la procédure. Le RLPI approuvé doit alors être annexé aux PLU ou au PLUi lorsque celui-ci existe. Il est également mis à disposition sur le site internet de la Métropole.

2. L'opposabilité du RLPI

Les publicités et les préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du RLPI, qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement, auront deux ans pour se mettre en conformité (art. R.581-88 du code de l'environnement). Les enseignes qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement auront pour leur part six ans pour se mettre en conformité (art. L.581-43 du code de l'environnement).

Pour les nouveaux dispositifs d'affichage (publicités, préenseignes, enseignes), le RLPI est, une fois approuvé et les mesures de publicité accomplies, d'application immédiate.

(*) : délibérations devant faire l'objet de mesures de publicité.

III. Les éléments constitutifs du RLPI

Conformément à l'article R581-72 du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité intercommunal comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que des schémas explicatifs, un lexique, etc...

LE RAPPORT DE PRÉSENTATION

Il s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant leur conformité au RNP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant un traitement spécifique du point de vue de la publicité et/ou des enseignes.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicités et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié. Enfin, il comprend la justification des choix établis en matière de règle et de zonage.

PARTIE RÉGLEMENTAIRE

Elle comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLPI. Par définition, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLPI, ces prescriptions sont en partie plus restrictives que les dispositions du RNP.

LES ANNEXES

Elles sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones. S'ajoutent les arrêtés municipaux de chaque commune membre fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que les documents graphiques matérialisant ces limites.

Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



DIAGNOSTIC

Chapitre 1 : Contexte intercommunal

I. Communes concernées par le RLPI - Contexte démographique

La Communauté d'Agglomération, devenue Métropole Toulon Provence Méditerranée (TPM) le 1^{er} janvier 2018, regroupe 12 communes : Carqueiranne, La Crau, La Garde, Hyères-les-Palmiers, Ollioules, Le Pradet, Le Revest-les-Eaux, Saint-Mandrier-sur-Mer, La Seyne-sur-Mer, Six-Fours-les-Plages, Toulon et La Valette-du-Var.

Cette intercommunalité constitue le troisième pôle urbain de la façade méditerranéenne du Sud-est de la France, après la Métropole d'Aix-Marseille-Provence et la Métropole Nice Côte d'Azur.

Depuis les années 1960, la population de la Métropole TPM a connu une croissance constante pour atteindre 447 804 habitants en 2021, répartis comme suit dans chacune des communes :

Commune	Population municipale légale totale INSEE 2021
Carqueiranne	9 417
La Crau	19 179
La Garde	25 912
Hyères-les-Palmiers	55 103
Ollioules	14 011
Le Pradet	10 728
Le Revest-les-Eaux	4 002
Saint-Mandrier-sur-Mer	6 079
La Seyne-sur-Mer	62 763
Six-Fours-les-Plages	36 203
Toulon	180 452
La Valette-du-Var	23 955
Métropole TPM	447 804

Cette croissance démographique s'est accompagnée d'un développement économique majeur, avec le développement de plusieurs pôles économiques et une augmentation des demandes en matière d'affichage extérieur (publicités, préenseignes et enseignes).

Regroupé autour de la ville de Toulon, ce vaste territoire bénéficie d'une position stratégique au sein de l'arc méditerranéen.

La Métropole couvre une superficie de 36 654 hectares et 200 km de littoral (incluant les îles d'Hyères).

LES 12 COMMUNES MEMBRES DE LA MÉTROPOLE TOULON PROVENCE MÉDITERRANÉE

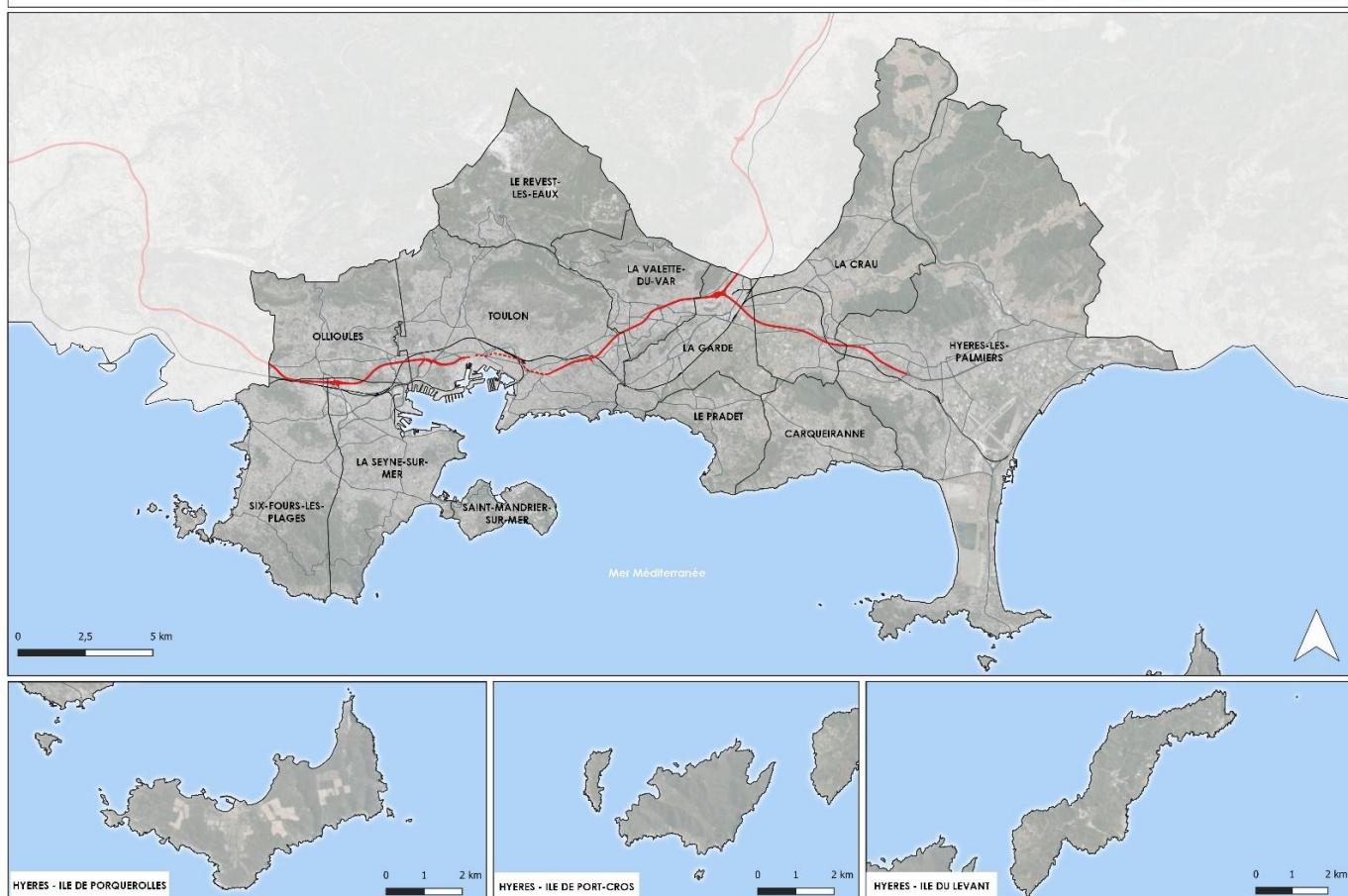


Figure 1 : Carte des communes de la Métropole TPM

II. Contexte géographique et paysager

Compris entre le littoral méditerranéen et les massifs identitaires de la Provence cristalline, le territoire bénéficie de divers paysages et patrimoines remarquables qui font la richesse de la Métropole et offrent un cadre de vie de qualité aux habitants. La sauvegarde et la mise en valeur de ces deux composantes essentielles du cadre de vie sont des éléments structurants pour construire une Métropole forte de ses diversités.

Le territoire de TPM est un territoire de rencontre de grands ensembles naturels principalement influencé par la proximité du littoral au sein de 6 unités paysagères :

- Le littoral occidental ;
- La rade de Toulon ;
- Hyères-les-Palmiers et les îles d'Or ;
- Les Maures ;
- La dépression permienne ;
- Le plateau de Siou Blanc.

Cette diversité paysagère est une richesse autour de laquelle la Métropole souhaite se construire en reconnaissant la valeur que chaque espace lui apporte. **Au travers de son RLPi, la Métropole Toulon Provence Méditerranée recherche une valorisation de ses identités entre ses différents bassins de vie.**

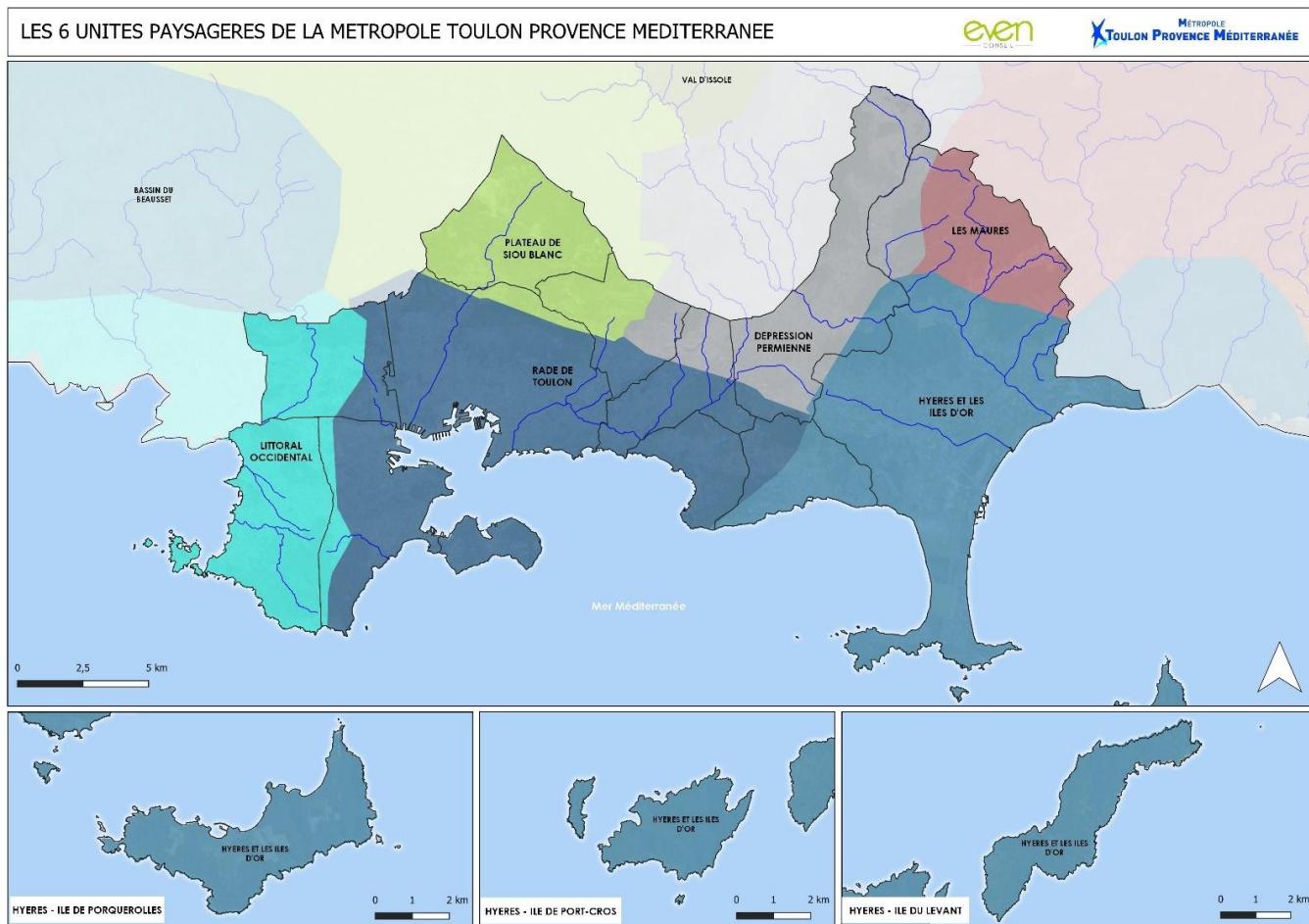


Figure 2: Carte des unités éco-géographiques / Source : Atlas des paysages du Var

1. Le littoral occidental

L'unité est tournée face à la mer, qui la borde du Sud au Nord-Ouest. Le Nord est séparé du bassin du Beausset par le massif du Gros Cerveau (443 m) et les collines surplombant Bandol, jusqu'à la Pointe Grenier. Les Gorges d'Ollioules interrompent ce massif. La limite Est correspond à la limite entre les communes de Six-Fours-les-Plages et La-Seyne-sur-Mer, des Gorges d'Ollioules au Cap Sicié. Cette unité se compose également de l'île du Bendor face à Bandol, et les îles des Embiez à l'Ouest de la Presqu'île du Cap Sicié.

Le secteur concerne la majeure partie Ouest de la Ville d'Ollioules et la ville de Six-Fours-les-Plages.

Le littoral est formé d'une alternance entre des baies et des caps de dimension plus ou moins importante (Pointe Grenier, Pointe du Deffend, Pointe de la Cride, Pointe Nègre, Pointe du Cougoussa, Pointe de Mourret, Pointe du Mal Dormi, Pointe du Cap Vieux). Au second plan, des hauteurs dominent la mer comme Notre-Dame-de-Pépiole ou le Fort de Six-Fours. Enfin, sur l'horizon s'étendent le massif du Gros Cerveau et la presqu'île du Cap Sicié.

Quelques petits fleuves provenant des zones en altitude entourant la plaine littorale viennent se jeter dans la mer.

Le littoral occidental est riche de sites naturels remarquables et préservés, tels que le massif du Cap Sicié qui s'étend entre le Brusc et Fabrégas, le massif du Gros Cerveau, montagne de calcaire culminant à 443m où la vue s'étend vers Saint-Mandrier, la Presqu'île de Giens, l'île de Porquerolles, les baies de Sanary, Bandol, La Ciotat...



Figure 3 : Le Cap Sicié (La Seyne)



Figure 4 : Vue depuis le massif du Gros Cerveau (Sanary-Tourisme)



Figure 5 : Le Brusc (Terres de Provence en Méditerranée)

Le littoral occidental est caractérisé par plusieurs entités paysagères qui structurent l'organisation du territoire. On retrouve, sur la commune de Six-Fours-les-Plages, la colline de la Tante Victoire, le Fort de Six-Fours, le Cap Nègre et la Coudoulières, la forêt du Cap Sicié. Ces quatre entités sont des espaces privilégiés de nature, préservés de tout affichage. Leur structure topographique leur a permis de jouer le rôle de barrières physiques pour l'urbanisation. L'arrivée sur le territoire métropolitain par l'Ouest est marquée par ces reliefs lui donnant une identité forte.

L'entrée de ville de Six-Fours-les-Plages par l'autoroute A50, est marquée par la traversée des zones d'activités des Playes et de la Millonne. La publicité extérieure y est prégnante tout comme les enseignes et préenseignes pour signaler la proximité d'activités. La ville de Six-Fours-les-Plages se structure autour de deux axes de communication principaux que sont l'Avenue de la mer, où la publicité y est encore très présente et la Route du littoral, plus préservée de l'affichage dans sa partie Sud.



Figure 6 : Entités paysagères. Source Diagnostic territorial PLU de Six-Fours-les-Plages

Le territoire d'Ollioules est également marqué par des éléments physiques qui modèlent l'organisation spatiale avec les massifs du Gros Cerveau et du Croupatier, les espaces de coteaux et piémonts où la culture des oliviers en restanques est ancestrale, la vallée de la Reppe et la plaine caractérisées par un paysage de maraîchage et d'horticulture. L'entrée Ouest sur le territoire métropolitain se caractérise au Nord par la perception de ce massif naturel, les piémonts et coteaux sont quant à eux, urbanisés avec une partie d'habitat dense constituant le village et une zone d'habitat plus diffuse le long de la Reppe. L'affichage est peu présent dans les espaces de piémonts et sur les espaces naturels mais se concentre sur la voie principale menant au village

d'Ollioules. La plaine agricole présente des zones d'habitat diffus et sera en partie protégée par la ZAP en cours d'études. L'affichage, bien qu'il légal puisque cette zone se situe hors agglomération, est présent sur les deux axes constituant les entrées de ville Ouest et Est. Enfin, la zone d'activités au Sud de la commune, en lien avec celles de Six-Fours-les-Plages et de La-Seyne-sur-Mer, concentre de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes.

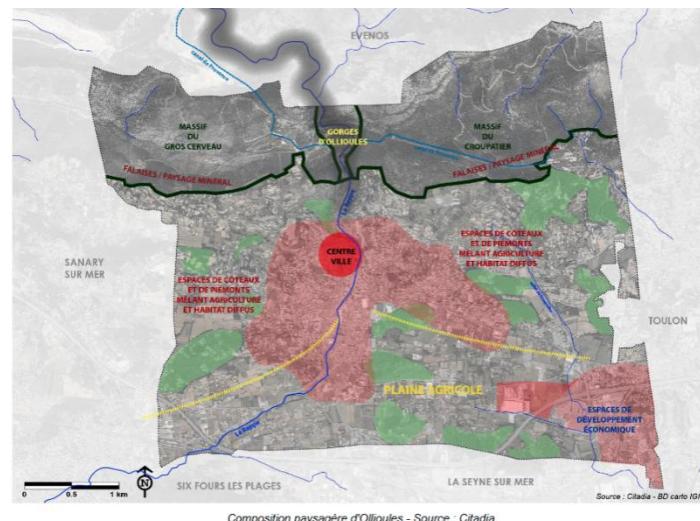


Figure 7 : Composition paysagère Source : Rapport de présentation PLU d'Ollioules

Les principaux enjeux de cette entité pourraient être de limiter la pression publicitaire sur les espaces urbanisés, déjà préservés, afin de maintenir le cadre de vie existant. Sur les zones d'activités, l'amélioration de la qualité des enseignes et préenseignes pourraient permettre une meilleure lisibilité des activités existantes.



Figure 8 : Le Cap Sicié (La Seyne)



Figure 9 : Vue depuis le massif du Gros Cerveau (Sanary-Tourisme)



Figure 10 : Le Brusc (Terres de Provence en Méditerranée)

2. La rade de Toulon

Le secteur concerne les villes de Saint-Mandrier-sur-Mer, La-Seyne-sur-Mer, l'extrême Est d'Ollioules, Toulon, la moitié Sud de La Garde, Le Pradet, le Nord-Ouest de Carqueiranne et une petite partie Sud-Ouest de La Crau.

L'Ouest de l'entité correspond à la limite entre les communes de La-Seyne-sur-Mer et de Six-Fours-les-Plages, de la Pointe du Cap Vieux (Presqu'île du Cap Sicié) aux Gorges d'Ollioules en passant par le hameau de Faveyrolles (à l'Est d'Ollioules). Le Nord est marqué géographiquement par une série de sommets de 500m à 800m, des Gorges d'Ollioules jusqu'à La Valette, en longeant le Mont-Faron surplombant Toulon. A l'Est, la rade se ferme sur la plaine du Pradet, entourée du Paradis et du Cap de Carqueiranne. Enfin, la Presqu'île de Saint-Mandrier-sur-Mer ferme la rade au Sud.

Contrairement aux zones littorales plus à l'Est de la Métropole où on retrouve une bande littorale donnant sur une plaine, la bande littorale du secteur de la rade de Toulon est étroite, délimitée par les hauteurs qui l'entourent : le Mont-Faron au Nord, la Presqu'île du Cap Sicié à l'Ouest, le Cap de Carqueiranne à l'Est et la presqu'île de Saint-Mandrier-sur-Mer au Sud. Cette impression est renforcée par les massifs d'arrière-plan (Gros Cerveau, Baou, Coudon). Le Mont-Faron, qui culmine à 584m, offre un fabuleux panorama sur toute la rade de Toulon mais également sur les îles d'Hyères et les Monts Toulonnais. La côte, découpée, alternance de rochers et de plages, dessine une double rade autour de Toulon. La petite rade, où se trouvent le port de Toulon et l'arsenal militaire, est fermée par le Cap du Mourillon et celui de Balaguier. La Grande Rade est délimitée par les caps de Cépet (Presqu'île

de Saint-Mandrier) et de Carqueiranne. La presqu'île du Cap Sicié, qui est après celle de Giens l'extrémité la plus au Sud du département, se termine par les plus hautes falaises du Var, orientées plein Sud, qui dominent les flots de plus de 300 mètres.

Cette unité paysagère dispose d'une grande variété de paysages, allant de la plaine naturelle, agricole à des coteaux et massifs boisés en passant par des zones urbaines très denses.

Les secteurs de nature sont protégés par des contraintes naturelles fortes : plaine inondable de La Garde et du Pradet, sommets et falaises rocheuses, forêts et falaises du Cap Sicié.

Entre Le Pradet et La Garde, la plaine inondable a gardé, malgré la pression urbaine, un système agricole traditionnel (vigne et élevage). Ces espaces sont préservés de l'affichage, tout comme les espaces naturels du Cap Sicié et du Mont-Faron. Les cultures agricoles sont partagées entre vignes, et surtout maraîchage périurbain et horticulture. Quelques vignes AOC Côtes-de-Provence demeurent autour du Pradet. L'horticulture ornementale se maintient et se développe, notamment en fond de plaine, où demeurent encore également des zones de maraîchage.

On repère néanmoins des affichages publicitaires sur les voies structurantes menant du Pradet à Carqueiranne et du Pradet à La Moutonne. Ces affichages correspondent majoritairement à des enseignes et des préenseignes pour les ventes directes des maraîchers.

Sur les piémonts, il reste une agriculture sèche. Les hauteurs calcaires, aux pentes abruptes, sont boisées, en partie, de pins et chênesverts. Les quelques espaces cristallins non urbanisés sont recouverts de maquis et de Pin d'Alep. Ces espaces sont également préservés de tout affichage.

La presqu'île de Saint-Mandrier-sur-Mer est également assez bien préservée de l'affichage publicitaire et recense seulement quelques panneaux en zone urbaine. La partie Est de la ville dépend du ministère des Armées, aucun affichage n'est donc présent sur la zone. Enfin, l'arrivée sur la presqu'île par la route à l'Ouest se distingue des autres entrées de ville par l'absence d'affichage permettant ainsi une vue dégagée sur Toulon et sa rade.

La rade de Toulon est l'unité paysagère où les zones urbaines sont denses, tant en population qu'en activités économiques. Elles dévoilent un autre paysage très anthropisé avec des dispositifs publicitaires très présents. Le tissu économique en centre urbain étant aussi très développé, les enseignes de tout type sont très présentes. Concernant les zones économiques telles que celles des Playes, Léry et Camp-Laurent constituent l'entrée de ville de La-Seyne-sur-Mer, la place de l'automobile est très importante. Ainsi, les affichages publicitaires sont très présents et les enseignes plus imposantes que dans les centres urbains (enseignes en toiture, de grande taille notamment).

Les principaux enjeux de cette entité paysagère pourraient être de mieux contrôler la pression de l'affichage publicitaire sur les grands axes de circulation traversant la rade et d'améliorer la qualité des enseignes. L'entrelacement des espaces d'activités économiques et des grands axes de circulation très fréquentés avec des espaces de bâtis de différentes ambiances urbaines (densité de centre-ville et de centre-ville élargi) et des espaces naturels pourraient devenir un enjeu fort où le règlement devra permettre une bonne signalisation des activités tout en préservant aussi bien le cadre urbain dense que le cadre naturel.



Figure 11 : La rade depuis la mer (Conservatoire du littoral)



Figure 12 : La Seyne, port de Saint Elme (Métropole TPM)



Figure 13 : Le Pradet, port de Oursinières (Métropole TPM)



Figure 14 : La rade depuis la terre (Mairie de Toulon)



Figure 15 : Le centre-ville dense de Toulon (Var Aménagement Développement)



Figure 16 : La zone d'activités économiques des Playes (TPM)

3. Hyères-les-Palmiers et les îles d'Or

L'entité paysagère se compose de la ville d'Hyères-les-Palmiers et ses îles, la partie Est de Carqueiranne et une petite partie Est de La Crau (correspondant à un espace boisé collinaire).

La limite Nord correspond aux premières crêtes du Massif des Maures et de ses prolongements. A l'Est, la Rade d'Hyères s'arrête après La Londe-les-Maures sur une ligne reliant le Nord de La Londe au hameau de la Verrerie, puis le Pas de la Grotte jusqu'au Cap Bénat. A l'Ouest, elle englobe le massif des Maurettes au Nord d'Hyères-les-Palmiers, et se termine au Cap de Carqueiranne. L'unité se compose également de la presqu'île boisée de Giens et les îles d'Hyères, appelées aussi îles d'Or, îles d'Orient ou îles Titaniques : Porquerolles, Port-Cros et Le Levant.

Le grand paysage est marqué par la ceinture collinaire qui encercle la rade d'Hyères, offrant un vaste espace ouvert entre terre et mer. Les plaines sont intensément cultivées, principalement en horticulture ornementale (palmiers, roses, tulipes), en maraîchage et en vignes (AOC Côtes de Provence). Les exploitations sont de petite taille en moyenne, et les serres sont nombreuses. Les espaces de nature sont préservés de l'affichage, cependant, les axes structurants comptent de nombreux dispositifs publicitaires et de préenseignes, liés aux activités agricoles. Ces derniers, hors agglomération, sont illégaux et devraient disparaître. Au Nord et à l'Est, le relief est formé par les derniers contreforts des Maures, avec des sommets approchant les 300m en moyenne. À l'Ouest, quelques hauteurs surplombent la plaine urbanisée et la côte : les Maurettes, Costebelle, Le Mont des Oiseaux, le Paradis ainsi que les forts de la Colle Noire et de la Gavaresse en direction du Cap de Carqueiranne.

Le littoral est formé par une alternance de côtes rocheuses et de longues plages de sable fin, comme celles de l'Almanarre, du Tombolo Est, de l'Aguade ou des Salins. On repère quelques dispositifs d'affichage hors agglomérations, le long de voies principales comme la route départementale D559 venant de Carqueiranne menant à l'Almanarre. La Route de l'Almanarre se distingue, elle, par un grand nombre de dispositifs situé hors agglomération. Enfin, la Presqu'île de Giens, accessible par la route du sel dénuée de dispositif, et par la Route de Giens où quelques dispositifs hors agglomérations sont recensés, est totalement préservés de l'affichage dans sa partie Ouest mais comporte quelques dispositifs, dont certains hors agglomération, dans sa partie Ouest.

Les îles d'Hyères sont totalement préservées de l'affichage extérieur et doivent continuer à l'être car elles se situent en cœur du Parc National de Port-Cros (Porquerolles et Port-Cros).

Cette entité comporte plusieurs sites naturels emblématiques conférant au littoral un caractère encore préservé (Salins des Pesquières, Vieux Salins, Presqu'île de Giens, îles d'Hyères, Massif du Cap Bénat, piémont viticole du massif des Maures).



Figure 17 : Cap Bénat vu depuis le
sémaphore (Conservatoire du littoral)



Figure 18 : Port Cros (Office du tourisme de
Méditerranée Porte des Maures)



Figure 19 : Presqu'île de Giens
(Conservatoire du littoral)

Le territoire est marqué par la présence d'une ville importante : Hyères-les-Palmiers. La ville est adossée aux hauteurs depuis l'époque médiévale, et regroupe la majorité de la population alentour. Le tissu urbain est assez hétérogène dû aux différentes époques de développement de l'urbanisation. L'affichage se concentre sur les axes principaux de la ville, dans le tissu urbain dense mais aussi dans les secteurs économiques.

Hyères-les-Palmiers a acquis une vocation clairement touristique avec notamment la présence de l'aéroport qui constitue une porte d'entrée sur le territoire, l'affichage extérieur dans ce périmètre reste très restreint. En revanche, les accès par l'Ouest et le Sud de la ville subissent une pression de l'affichage.

Les enjeux liés à la publicité extérieure pourraient donc être l'amélioration de l'insertion des dispositifs dans l'environnement et le contrôle de l'affichage dans les zones à enjeux paysagers dans le but d'impacter le moins possible le paysage urbain et naturel de cette entité.

4. La dépression permienne

La dépression permienne fait la jonction entre la Provence cristalline et la Provence calcaire. A l'Est, la limite correspond aux contreforts du massif des Maures. Elle passe depuis le Sud par le hameau du Viet (au Nord de Hyères) et Pierrefeu-du-Var, longeant la rivière Réal Martin, puis l'A57 jusqu'au village des Tortues à Carnoules, en passant par le Cannet-des-Maures, et en bordant enfin l'Aille et l'Argens jusqu'au Rocher de Roquebrune. Au Sud, la limite est une ligne allant des Moulières (La Valette) jusqu'à La Bayorre (à l'Ouest d'Hyères) et remontant au Nord-Ouest de Hyères jusqu'au hameau du Viet.

Les communes de la Métropole impactées par cette entité sont : Hyères-les-Palmiers, La Crau, La Garde, La Valette-du-Var.

La dépression permienne est topographiquement une plaine étroite, large de 2 à 10 kilomètres et longue d'une cinquantaine de kilomètres. Bordée par le massif des Maures à l'Est et les premières hauteurs calcaires à l'Ouest, son altitude varie en moyenne d'une cinquantaine à une centaine de mètres. Les altitudes les plus basses se rencontrent au Nord et au Sud de l'entité, près des vallées de l'Argens et du Gapeau.

De nombreux cours d'eau traversent ou empruntent le sillon permien tel que l'Argens, le Capelan, le Riaufort, le Réal Martin ou encore le Gapeau et ses affluents. La dépression permienne est donc particulièrement bien irriguée, ce qui favorise l'agriculture.

Les deux grands cours d'eau, le Gapeau et le Réal Martin qui drainent cette plaine marquent le paysage par leur ripisylve. L'extrême sud de la plaine constitue une des rares zones humides d'eau douce du littoral méditerranéen. Les villages se sont implantés préférentiellement sur la bordure occidentale et nord de la plaine.

L'espace forestier est quasiment absent de la dépression permienne. Les quelques boisements se trouvent sur les bords du sillon ou sur les petites buttes. Le massif situé entre La Crau et Cuers est principalement couvert par des conifères (pins parasols). L'essentiel de la plaine est occupé par les espaces agricoles. D'une manière générale, la part en surface agricole est importante. La vigne y représente encore la majorité des cultures. Le reste des cultures est partagé entre vergers, labours, oliviers et horticulture ornementale. Au sud du sillon permien se concentrent les surfaces horticoles (La Crau, La Garde) ainsi que les vergers, notamment de figuiers. Elle se caractérise ainsi par de grands paysages ruraux, sur la partie la plus au Nord qui se situe hors agglomération, la publicité extérieure est très peu présente à l'exception notable des enseignes ou préenseignes signalant la présence d'activités liées à la production agricole.

La plaine est densément peuplée, constituée d'un réseau important de villages et de petites villes. Le sillon est un axe très emprunté, permettant de relier notamment le Nord et le Sud du département. Aujourd'hui, le sillon est marqué par l'autoroute A57 qui mène à Toulon depuis Le Cannet-des-Maures. Des départementales coupant la plaine permienne transversalement complètent ce réseau dense. Sur la portion en agglomération (La Garde et La Valette), les dispositifs publicitaires sont omniprésents. Ces derniers se trouvent le long des axes en zones d'activités. Le milieu urbain dans lequel ils s'insèrent permet en effet d'être plus permissif mais cette surabondance détériore les paysages alentours.

Les principaux enjeux sur ces espaces pourraient donc être de préserver la pression publicitaire et d'améliorer la qualité de la signalisation des activités de proximité par une meilleure insertion des dispositifs dans leur environnement bâti et rural et donc une meilleure visibilité pour les potentiels clients.



Figure 20 : Dépression permienne (DREAL)



Figure 21 : Pierrefeu-du-Var (Office du tourisme)



Figure 22 : La Crau (Ville de La Crau)

5. Le plateau de Siou Blanc

La limite Sud du plateau de Siou Blanc s'étend d'Evenos à la Valette-du-Var. Elle passe par les sommets de l'arrière-pays toulonnais : le Corps de Garde, le Mont Faron et le Coudon. L'Est correspond à une ligne allant des Moulières à Solliès-Toucas, via les Baux-Rouges (538 m) bordant le sillon permien. La rive droite du lit du Gapeau marque la limite Nord-Est, qui passe par quelques sommets importants comme en Forêt de Morières. L'entité se termine au Nord près du Circuit du Castellet, à la limite avec les Bouches-du-Rhône.

Le relief est constitué principalement d'un plateau orienté du Nord-Ouest au Sud-Est. Au Sud du plateau, le Mont Caume annonce la transition avec les sommets de l'arrière-pays toulonnais. Entre les sommets du Grand Cap et du Coudon, une petite plaine intérieure, le plateau de Tourris, située à 400 mètres d'altitude environ, est occupée par un grand camp militaire.

Les villes de la Métropole impactées par cette entité sont Le Revest-les-Eaux, La Valette-du-Var, Toulon et Ollioules.

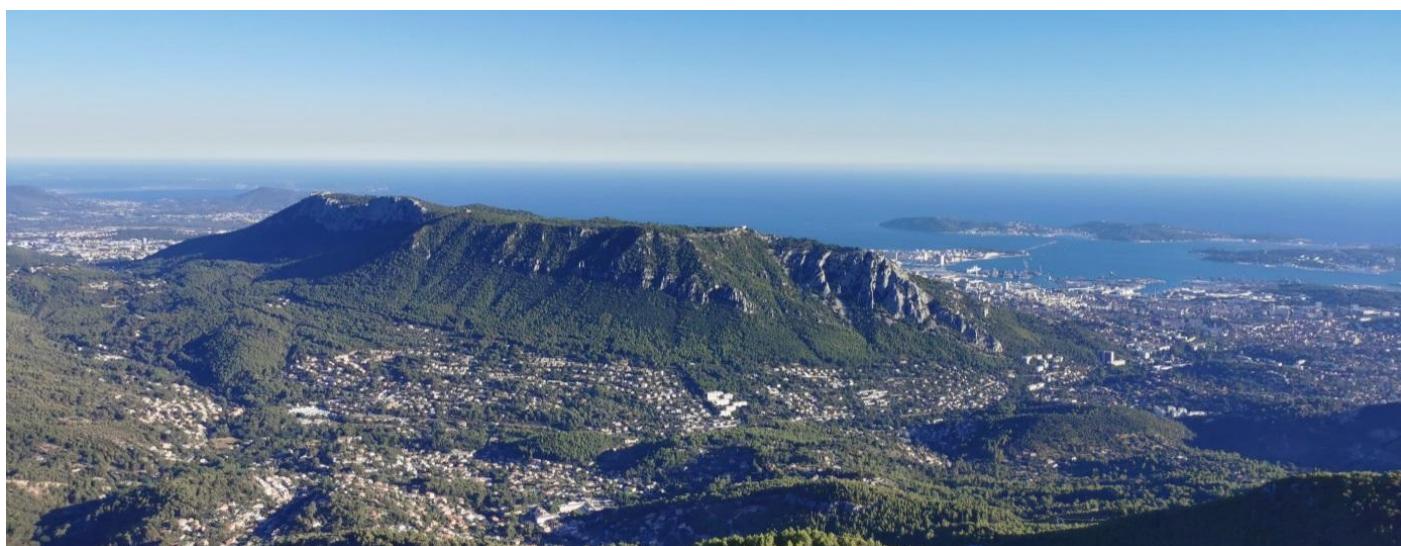


Figure 23 : Vue sur le Mont Faron et le littoral métropolitain depuis le Mont Caume (Source EVEN : Octobre 2020)

L'espace forestier, qui recouvre une bonne partie du plateau du Siou Blanc (forêt de Morières notamment), est essentiellement constitué de chênes verts et blancs, complétés par des bosquets d'Érables champêtres, et de l'Aliboufiers. Les conifères (Pin d'Alep) et forêts mixtes sont présents sur les pourtours Nord et Sud du plateau. La surface agricole utile (les labours et les cultures fourragères) est ponctuellement présente.

L'habitat est rare sur le plateau. En revanche, l'arrière-pays toulonnais est plus peuplé, notamment par la présence du Revest-les-Eaux et de ses petits hameaux. Le Revest-les-Eaux est le plus gros village de l'entité et constitue désormais une banlieue résidentielle de Toulon. Malgré la proximité de l'agglomération toulonnaise, le plateau n'est traversé par quasiment aucune voie de circulation. Elles se limitent à quelques départementales au Nord de l'entité et au Sud de l'entité (D46 et la D846). Les seules voies existantes centrales sont des chemins forestiers ou des circuits de randonnées (GR 51, GR 9, GR 99).

La publicité extérieure est quasi inexistante dans cette entité à l'exception du centre villageois du Revest-les-Eaux. Cette absence découle des caractéristiques topographiques et naturelles mais également du fait des flux de circulation qui sont peu importants. Les dispositifs les plus présents sont les enseignes notamment en façade des bâtiments.

Les principaux enjeux dans cette unité paysagère sont donc la préservation de l'affichage publicitaire tout en améliorant la qualité des enseignes se situant en agglomération.

6. *Les Maures*

Le massif est bordé au Nord et à l'Ouest par la dépression permienne. Au Sud, les derniers versants forment une corniche (orientale et occidentale) de part et d'autre de l'embouchure de la Môle et de la Giscle et de la presqu'île de Saint-Tropez.

La commune de la Métropole impactée par cette entité est Hyères-les-Palmiers.

Ce vaste ensemble de collines entrecoupées de vallons présente un relief accidenté et peu accessible. Le massif est orienté suivant un axe Sud-Ouest/Nord-Est (d'environ 60 km de long et 15 km de large), et incliné vers le Nord sur la vallée de l'Aille qui borde la dépression permienne. La bordure permienne correspond à un plateau faiblement ondulé, succession de glacis et terrasses. Le massif propose de nombreux points de vue, notamment sur les Alpes et Toulon.

Un grand réseau hydrographique irrigue tout le massif, et permet l'existence de secteurs frais et humides. Les cours d'eau présentent une alternance de courants torrentiels et de flux moins violents. Les deux principaux sont situés au fond des vallons structurants : la Môle et le Réal Collobrier. De nombreux ruisseaux sont temporaires ou semi-permanents, entraînant la formation d'oueds et l'installation d'une flore adaptée.

La partie Nord du massif est recouverte d'une forêt de chênes et de châtaigniers, alors que le flanc Sud est davantage composé de maquis dense propre aux terrains siliceux. Parmi les espèces arborées principales, on trouve le chêne liège, le châtaignier, le

chêne vert qui se mêlent au pin sylvestre, pin maritime et pin parasol, chêne pubescent, et maquis de bruyères arborescentes, arbousiers, houx...

L'intérieur du massif ne compte que quelques hameaux et de rares villages, qui sont souvent en position perchée. D'une manière générale, le massif est peu pénétré. Les routes sont davantage forestières que routières. Quelques routes traversent le massif suivant les vallons. Le Sud du massif est bordé par la RN98, entre Hyères-les-Palmiers et Saint-Tropez. Le massif est parcouru par les GR51, GR9 et GR90. Cet espace est donc bien préservé de l'affichage extérieur. Tout l'enjeu est de maintenir l'état naturel de cet espace tout en permettant des enseignes de qualité.

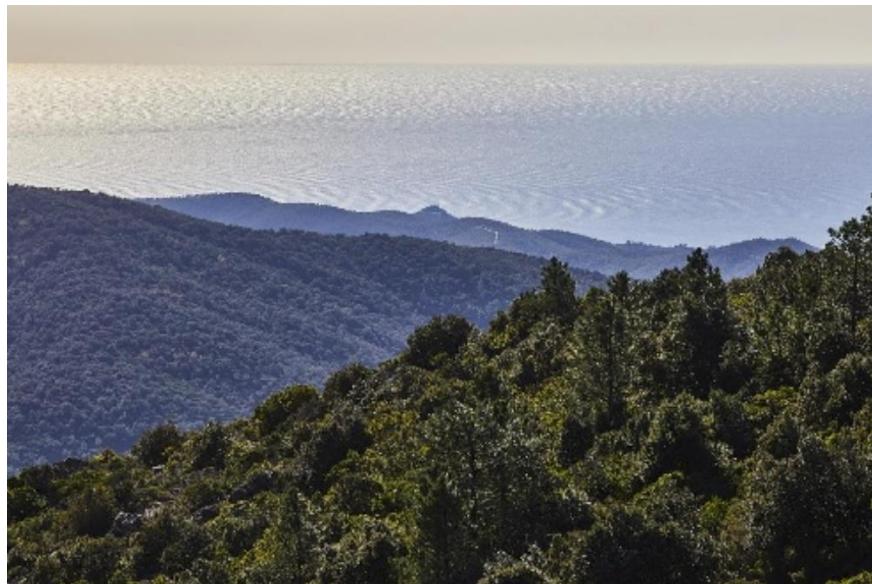


Figure 24 : Massif des Maures (ONF)

III. Un patrimoine bâti et naturel reconnu

1. Les sites patrimoniaux remarquables

La Métropole Toulon Provence Méditerranée compte 3 sites patrimoniaux remarquables (SPR). Ils se situent à Toulon, Hyères-les-Palmiers et La Seyne-sur-Mer.

Les sites patrimoniaux remarquables sont « les villes, villages ou quartiers dont la conservation, la restauration, la réhabilitation ou la mise en valeur présente, au point de vue historique, architectural, archéologique, artistique ou paysager, un intérêt public » (Ministère de la Culture).

Le SPR de Toulon compte 5 secteurs correspondant à différents temps de l'histoire de la ville.

- Le secteur Vieille ville comprend l'enceinte Vauban, correspondant à l'époque médiévale, puis le périmètre élargi avec la construction des fortifications Henry IV et enfin la place d'Armes.
- Le secteur Haute ville correspond au quartier au nord de la ville qui s'est développé après la destruction des remparts de Vauban.
- Le secteur Composé accompagne les secteurs historiques, qui incluent dont de même les vestiges de fortifications à préserver ainsi que les entrées de ville.
- Le secteur Quai comprend les quais de la Sinse et Cronstadt, l'avenue de la République et l'ensemble bâti par Jean de Mailly.
- Le secteur Marine correspond à l'emprise de la Base navale, circonscrit par sa clôture nord, les remparts à l'ouest et les ports militaires et civils au sud et à l'est.

Le SPR de Hyères-les-Palmiers compte 5 secteurs s'appuyant sur la délimitation du périmètre de la ZPPAUP, d'une part, et la prise en compte des entités paysagères, archéologiques, urbaines et architecturales ayant une dimension patrimoniale, identifiées dans le diagnostic.

- Le secteur S1 : le centre historique correspond à la ville médiévale qui s'est constitué sous la protection du château édifié sur la colline du Castéou, et délimitée par les enceintes des XIII^e et XIV^e siècles.
- Le secteur S2 : la ville climatique regroupe les quartiers de l'extension de la ville en dehors de ses enceintes sur ses anciens « jardins », depuis le début du XIX^e jusqu'au début du XX^e siècle.
- Le secteur S3 : les quartiers en accompagnement sont un ensemble de quartiers d'urbanisation récente, situés aux abords immédiats des secteurs patrimoniaux du centre historique et de la ville climatique.
- Le secteur S4 : les quartiers périurbains
- Le secteur S5 : le village de Porquerolles un secteur limité au village créé au XIX^e siècle dans l'île de Porquerolles.

Le SPR de La Seyne-sur-Mer compte 9 secteurs formant un ensemble, mais ayant leurs caractéristiques propres, leurs limites et leur identité.

- 1- La croupe de l'Eguilette est la porte d'accès au site remarquable, et en particulier à l'Anse de Balaguier, c'est un massif rocheux entre la Corniche du Bois Sacré et la Corniche Bonaparte. Ce secteur est composé de deux sous-secteurs littoraux et un sous-secteur côté terre.
- 2- L'anse de Balaguier est l'amphithéâtre accompagnant l'anse de Balaguier et compris entre Corniche Bonaparte et chemin du Manteau. Ce secteur est composé de deux sous-secteurs littoraux et un sous-secteur côté terre.
- 3- La pointe de Balaguier et du Manteau est une croupe boisée et coteaux compris entre la Corniche Michel Pacha au Sud, la voie des Collines, chemin du Manteau et chemin de Gauran au Nord, où les anciennes bastides rurales se sont transformées en villas. Ce secteur est composé de deux sous-secteurs.
- 4- Tamaris est constitué de coteaux au Nord-Est et d'une zone plate à l'Ouest, entre avenue de la Grande Maison et Corniche Michel Pacha. C'est le cœur de la station climatique de Tamaris, créée dès 1880, à partir des propriétés rurales rachetées par Michel Pacha, loties en parcelles de 1200 à 2000 m², le long de la voirie nouvelle dessinée pour relier le centre-ville à la corniche remblayée et aménagée, en desservant tous les éléments urbains nécessaires à la vie de la station : hôtels (Hôtel « Villa Tamaris », « Grand Hôtel » et son annexe « villa les Palmiers »), villas du Domaine destinées à la location, Casino, Poste, Débarcadère, Bureau de Tabacs, Boulangerie, Laiterie, Chapelle, etc... Ce secteur est composé de deux sous-secteurs.
- 5- Crouton / Godinot correspond à la frange littorale qui a été remblayée et mise à niveau de la plaine alluviale, et les marais asséchés. Ce secteur est composé de trois sous-secteurs.
- 6- Les Sablettes correspond au village des Sablettes de Fernand Pouillon et son agglomération pour sa valeur d'accompagnement. Ce secteur est composé de deux sous-secteurs.
- 7- Le fort Napoléon et sa forêt correspondent au sommet de la crête boisée du Cordon. Ce secteur est inconstructible et se limite à l'espace boisé existant et acquis par la puissance publique.
- 8- La Corniche est une entité constituant un secteur à part entière, compris entre la "façade" sur Corniche et la Mer, se développant sur deux kilomètres, avec successivement, du Nord au Sud la Corniche de Bois Sacré, la Corniche Bonaparte, la Corniche Michel Pacha, la Corniche Pompidou. Véritable trait d'union entre tous les secteurs constitutifs de l'AVAP, il joue un rôle clé dans la valorisation du paysage, dans son ensemble.
- 9- Le secteur maritime et côtier est une autre entrée sur la Ville et les quartiers Sud, Balaguier Tamaris-Les Sablettes.

2. *Le Parc National de Port-Cros*

Les Parcs Nationaux de France sont reconnus au niveau international comme des territoires d'exception, ils offrent une combinaison d'espaces terrestres et maritimes remarquables et un mode de gouvernance et de gestion qui leur permettent d'en préserver les richesses.

La Métropole Toulon Provence Méditerranée a sur son territoire le site exceptionnel du Parc National de Port-Cros. Sa présence marque fortement la renommée du territoire au niveau national et même international. Le Parc National est divisé en 2 parties ; le cœur de parc, un espace hautement réglementé pour la protection de la nature, de la culture et des paysages et l'aire d'adhésion, un espace de projets pour le développement durable où les communes et les habitants du territoire s'engagent.

Le périmètre de cœur de parc se concentre sur l'île de Porquerolles et l'île de Port-Cros. L'aire d'adhésion concerne 3 communes de la Métropole : Hyères-les-Palmiers, La Garde et Le Pradet.

La Charte du Parc National vise dans l'objectif 4.1.7 à « déployer sur le territoire une signalétique performante pour l'économie touristique et valorisante pour l'image du territoire, en harmonisant et en améliorant la qualité des dispositifs de publicité, des enseignes et des préenseignes. Cela par « la mise en place d'une signalétique efficace, bien intégrée au paysage, et qui contribue pleinement à la promotion des activités locales, à l'amélioration de l'accueil ».

Dès lors qu'un RLP(i) est élaboré, les communes de l'aire d'adhésion peuvent réintroduire de la publicité « avec mesure et parcimonie dans l'objectif de préserver et de valoriser le caractère du parc national et d'améliorer le cadre de vie, de protéger les secteurs d'intérêt patrimonial, architectural ou paysager et de spécifier une homogénéisation des enseignes » comme indiqué dans la Charte du Parc.

3. Les sites Natura 2000

Le réseau européen Natura 2000 vise à favoriser le maintien de la biodiversité, en tenant compte des exigences économiques, sociales, culturelles et régionales, de façon à concilier protection de la biodiversité et fréquentation des sites. Il se compose de Sites d'Intérêt Communautaire (SIC) en application de la directive « Habitats Faune et Flore » et de Zones de Protection Spéciale (ZPS) désignées au titre de la directive « Oiseaux »

Le territoire métropolitain est concerné par 9 sites Natura 2000 de protection et de conservation : exclusivement terrestres, mixtes et exclusivement marins.

- 3 sites sont exclusivement terrestres : Plaine et Massif des Maures (ZSC), Mont Caume, Mont Faron, Forêt domaniale des Morières (ZSC), Falaises du Mont Caume (ZPS).
- 4 sites sont mixtes : La Côte d'Hyères et son archipel : îles d'Hyères (ZPS), Rade d'Hyères (ZSC), Salins d'Hyères (ZPS), Cap Sicié-Six-Fours (ZSC)
- 2 sites sont marins : Embiez – Cap Sicié (ZSC), Lagune du Brusc (ZSC)

Les sites Natura 2000 de la Métropole, au-delà de leur aspect réglementaire de protection, ont un poids important dans l'identité naturelle et paysagère du territoire.

4. Des points de vue remarquables sur le grand paysage

Le territoire offre des points de vue remarquables sur le grand paysage et le patrimoine bâti et naturel. Un travail approfondi de repérage des cônes de vue sur le paysage a été mené en concertation avec les communes du territoire. Cette démarche a permis d'identifier et de qualifier les points de vue et perspectives paysagères remarquables afin de mieux comprendre les sensibilités visuelles propres à chaque secteur. Ces éléments constituent un appui essentiel à la réflexion sur le zonage du RLPI, en permettant d'adapter la réglementation de l'affichage publicitaire à la préservation des paysages et à la valorisation du cadre de vie métropolitain.

Localisation du cône de vue	Justification	Illustration
Six-Fours-les-Plages		
	Vue sur le Brusc	
D18- 487 Av. des Palmiers		
	Vue sur le Fort de Six-Fours	
D16- 350 Av. Audibert		
	Vue sur le Fort de Six-Fours	
D16- 185 Av. Laënnec		



D63- 3075 Av. Président John Kennedy

Vue sur le Fort
de Six-Fours



D63-285 Av. Président John Kennedy

Vue sur le Fort
de Six-Fours



Ollioules



334-DN8- 334 Rte des Gorges

Vue sur le
centre ancien



D11- 19 rue René Cassin

Vue sur le
centre ancien



D26- 400-614 Rte de la Seyne

Vue sur le
centre ancien



La Seyne-sur-Mer



D26-AV. De Londres

Vue sur le Fort
de Six-Fours



D63- 400-614 AVENUE JEAN BARTOLINI

Vue sur le Fort
de Six-Fours



D559-Bd Maréchal Alphonse Juin

Vue sur le Fort
de Six-Fours



D559-Av. 1ère Armée Rhin Danube

Entrée de ville



1349 Cor Philippe Giovannini

Vue mer





794- Cor Bonaparte

Vue mer



163 Cor Michel Pacha

Vue mer



Saint-Mandrier-sur-Mer



960 Rte de la Renardière

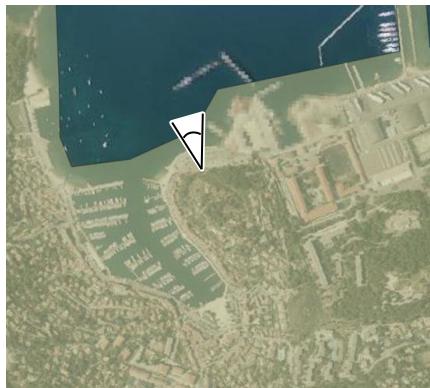
Caractère
naturel du
paysage



19 quai Jean Jaurès

Vue port





413 Quai Jean Jaurès

Vue sur la
rade de
Toulon



112 Av. Maréchal Leclerc

Quartiers
résidentiels



D554- 2 Av. Alexis Godillot

Caractère
naturel du
paysage



D554- 33 Av. de Toulon, 83400 Hyères

Caractère
patrimonial
du paysage



356 Av. Pasteur

Caractère
naturel du
paysage





Av. de Limans

Caractère naturel du paysage



Av. de Limans

Caractère naturel du paysage



D98

Caractère naturel du paysage



La Revest-Les-Eaux

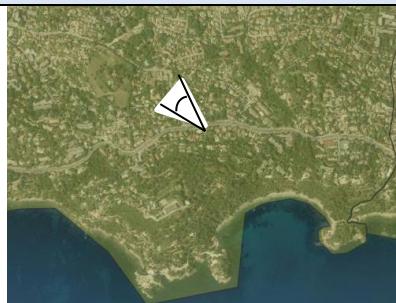


D846-29 Bd d'Estienne d'Orves

Vue sur le ravin de mal Vallon



Toulon



D42- 2297 Av. de la résistance

Caractère naturel du paysage





D642- Cor général de gaulle

Caractère naturel du paysage



69 bd Bazeilles

Caractère naturel du paysage



Av. Jean Rambaud

Caractère naturel du paysage



55 Chem.de Forgentier

Caractère naturel du paysage



D62- 291 Av. Clovis Hugues

Caractère naturel du paysage



D62- Av. des Routes

Caractère naturel du paysage





Av.Jean Rambaud

Caractère
naturel du
paysage



D46- 642 Av. des Moulins

Caractère
naturel du
paysage



Pont Louis Armand

Caractère
naturel du
paysage



93 Av.Commandant Marchand

Caractère
naturel du
paysage



670 Av.de Siblas

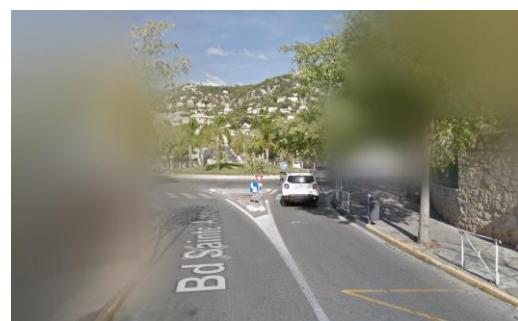
Caractère
naturel du
paysage





199 Bd Saint-Anne

Caractère naturel du paysage



322 . Emile Vincent

Caractère naturel du paysage



Av. Colonel Duboin

Caractère naturel du paysage



277 rue Henri Sainte-Claire Deville

Caractère naturel du paysage



39 Av. Commandant Jean Loste

Caractère naturel du paysage



Le Pradet



909 Av. Alain le Leap

Caractère
naturel du
paysage



2 Av. Jules Ferry

Tour du Vieux
Château Fort



257 Av. Franklin Roosevelt

Tour du Vieux
Château Fort



D86-74 Av. Marx Dormoy

Tour du Vieux
Château Fort



D242- 362 Av. Sadi Carnot

Tour du Vieux
Château Fort





Chemin Des plantades

Caractère naturel du paysage



Chemin Des plantades

Caractère naturel du paysage



La Valette du Var



535 Av. la Coupiane

Caractère naturel du paysage



120 Av. François Duchatel

Caractère naturel du paysage



D46

Caractère naturel du paysage



IV. Le contexte viaire

1. Le réseau structurant de la Métropole

L'accessibilité à la Métropole se fait à la fois par le littoral et le centre du territoire d'Ouest en Est, en desservant les villes côtières par des réseaux routiers et ferroviaires structurants. Cette configuration particulière, génère une forte vulnérabilité aux risques de dysfonctionnement du réseau routier.

La Métropole Toulon Provence Méditerranée est traversée par le réseau autoroutier, composé de l'A50, l'A57 et l'A570 qui traversent le territoire d'Ouest en Est, permettant de la relier à Marseille à l'Ouest et à Nice à l'Est.

Le réseau viaire structurant de la Métropole est composé majoritairement de voies départementales, à commencer par :

- La D559 qui relie Six-Fours-les-Plages jusque Toulon en passant par La Seyne-sur-Mer, puis qui longe le territoire jusqu'à Hyères-les-Palmiers en passant par Le Pradet et Carqueiranne ;
- La DN8 qui relie le Nord d'Ollioules à Toulon ;
- La D97 qui relie Toulon à La Valette-du-Var ainsi que la D46 en passant par Le Revest-les-Eaux.
- La D98 qui traverse La Crau pour relier La Garde et Hyères-les-Palmiers.

D'autres axes :

- D2016, D2816, D616, D63 à Six-Fours-les-Plages
- D16, D18 et D2216 à La Seyne-sur-Mer
- D2018 à Saint-Mandrier-sur-Mer
- D86 et D2086 au Pradet
- D442 à Carqueiranne
- D2020, D11, D26, D206 et D8 à Ollioules
- D2008, D46, D846, D92, D62, D42, D246 et D642 à Toulon
- D2242, D29, D67 à La Garde
- D2242, D58, D29, D554, D76, D86 et D276 à La Crau
- D12, D197, D276 et D42 à Hyères-les-Palmiers
- D446 à La Valette-du-Var

Au regard de l'importance de la voiture dans les modes de déplacement, de la découverte des paysages métropolitains depuis les axes structurants du territoire et de l'omniprésence des dispositifs d'affichage extérieur aux abords de ces voies, les axes routiers constituent l'un des espaces à enjeu majeur du RLPI.

2. Une infrastructure aéroportuaire de proximité

L'aéroport Toulon-Hyères est un aéroport international composé d'une base aéronautique navale et d'un aéroport civil. Il se situe à l'Est du territoire, sur la commune de Hyères-les-Palmiers. Avec un trafic annuel de 500 000 passagers, l'Aéroport International Toulon-Hyères est un aéroport de proximité. Le 20^e aéroport de France (par sa fréquentation) poursuit sa stratégie de développement de nouvelles liaisons européennes régulières, tout en augmentant le confort de ses passagers par une gamme de services de qualité.

Il permet de rejoindre la ville de Brest, très souvent fréquentée par les marins, Nantes, Paris et d'autres destinations européennes telles que Bruxelles, Londres ou le Luxembourg.

3. Des infrastructures portuaires à rayonnement national

Autorité portuaire sur son territoire, la Métropole TPM est, depuis le 1^{er} janvier 2017, propriétaire et responsable de l'aménagement, de l'entretien et de la gestion des 8 ports : Le Brusc, Saint-Elme, le Lazaret, Toulon-La Seyne-Brégaillon, La Madrague de Giens, La Tour Fondue, Porquerolles et l'Aygade du Levant. La politique métropolitaine d'aménagement du territoire et de développement économique devra intégrer ces ports, qui sont autant de portes d'entrée sur son territoire et qui représentent un poids économique et touristique significatif tant pour son développement régional que pour son rayonnement national voire international.

Les quais toulonnais accueillent toutes les activités portuaires classiques, hormis les trafics de conteneurs et le vrac liquide. En 2019, les chiffres sont les suivants :

- 1^{er} port de desserte vers La Corse avec 1,6 million de passagers transportés ;

- 2^{ème} port à passagers de France derrière Calais, notamment grâce aux navettes trans-rade du Réseau Mistral, pour un total de 4,5 millions de passagers ;
- 85 escales de paquebots ;
- 60 000 camions et remorques pour l'Autoroute de la mer reliant Toulon à Pendik (Turquie) ;
- 262 escales de super yachts à quai et en chantiers en 2016 ;
- 181 448 nuitées / passages Plaisance grâce aux 4 000 anneaux de plaisance de la rade.

4. Voies ferrées et gares

La Métropole Toulon Provence Méditerranée compte actuellement sept gares ferroviaires situées sur 6 des 12 communes que compte la Métropole : Hyères-les-Palmiers, La Crau, La Seyne-sur-Mer, Ollioules et Toulon compte une gare chacune, tandis que La Garde en compte deux (gare de La Garde et gare de La Pauline-Hyères). La gare de Toulon est la principale gare ferroviaire de l'agglomération où 3,8 millions de personnes transitent chaque année.

Les lignes ferroviaires sur la côte permettent une liaison vers les agglomérations de :

- Nice, Cannes et Marseille à l'Ouest ;
- L'Italie à l'Est vers Vintimille mais aussi Coni au Sud-Est.

La Métropole est traversée par le réseau de Transport Express Régional (TER) azuréen, les Intervilles (TER à grand parcours), les Intercités et TGV.

La Ligne nouvelle Provence Côte d'Azur (LNPCA), qui a pour but de désaturer le réseau ferroviaire côtier entre Marseille, Toulon et la Côte d'Azur à horizon 2030 et 2035 viendra renforcer l'offre ferroviaire sur le territoire.

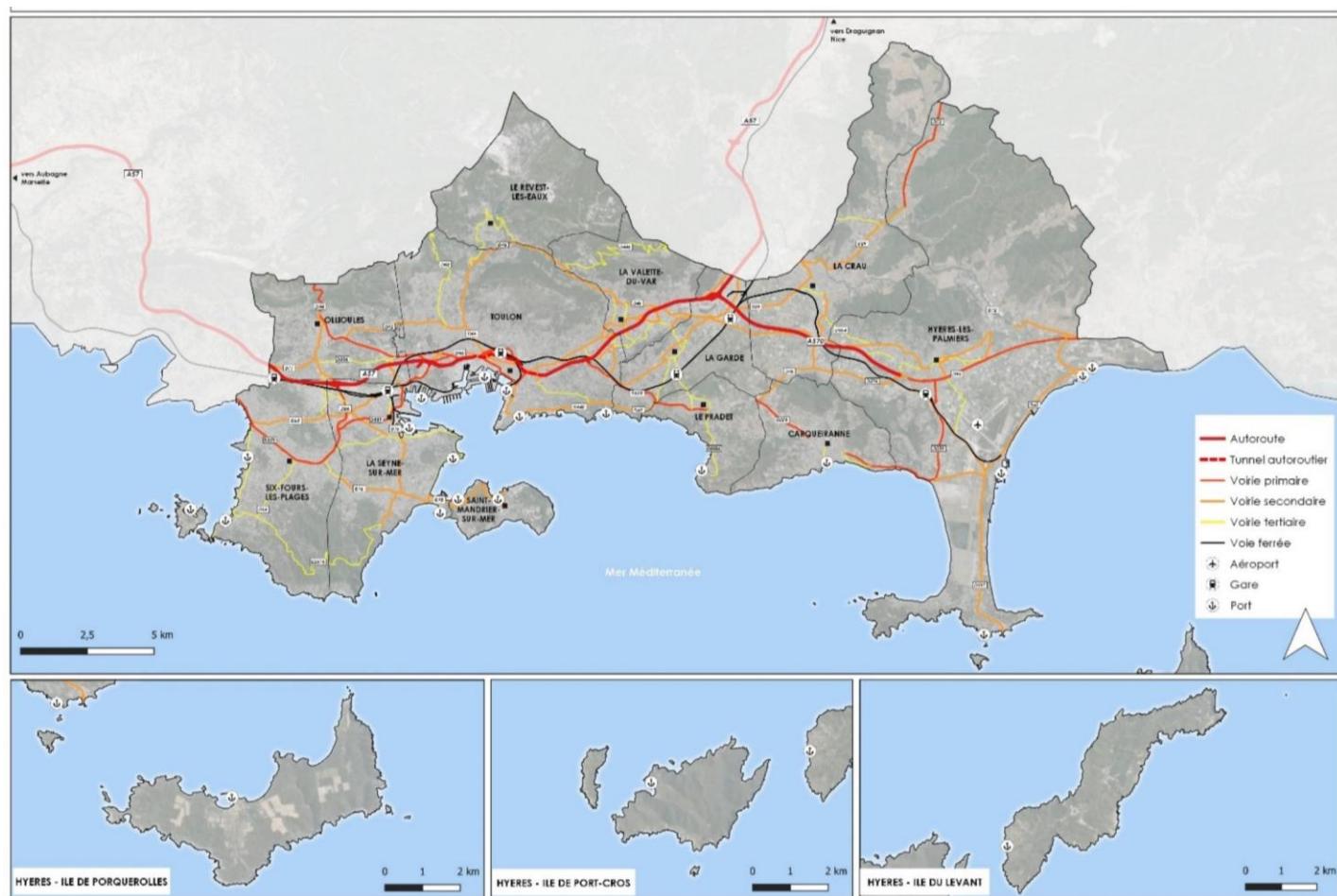


Figure 25: Réseau routier structurant de la Métropole TPM

5. Desserte en transport en commun

La desserte en transport en commun est assurée sur la Métropole par un ensemble de réseaux via le réseau Mistral qui regroupe les lignes de la Métropole depuis 2002. Au total ce sont 132 lignes de transport en commun qui maillent le territoire de la Métropole dont :

- 62 terrestres dont 10 Appel Bus
- 10 maritimes
- 1 aérienne (téléphérique vers le Mont Faron)
- 7 lignes prolongées en Nocturne jusqu'à 1h les jeudi, vendredi et samedi
- 1 service de Taxi-Bus de nuit
- 3 lignes Base Navale
- 47 services scolaires
- 1 service Transports pour les Personnes à Mobilité Réduite.



Figure 26: Réseau des transports publics sur la Métropole // Source : www.reseaumistral.com

V. Contexte économique

La Métropole Toulon Provence Méditerranée dispose d'une importante concentration d'emplois. A titre de comparaison, à l'échelle du SCoT Provence Méditerranée, les communes du cœur métropolitain que sont Toulon, La Seyne-sur-Mer, Ollioules, Six-Fours-les-Plages, La Valette-du-Var, La Garde et Hyères concentrent 80% des emplois, pour 75% de la population. Le nombre d'emplois dans la zone est de 173 657, ce qui représente une augmentation par rapport à 2013 où il y en avait 165 906 (+ 4,68%). Le nombre d'actifs ayant un emploi dans la zone est lui de 163 746. Ainsi l'indicateur de concentration d'emploi¹ est de 106,1 ce qui est signe d'attractivité économique (lorsque supérieur à 100). Ce phénomène s'explique par l'attraction offerte par la Métropole TPM et ses nombreux atouts :

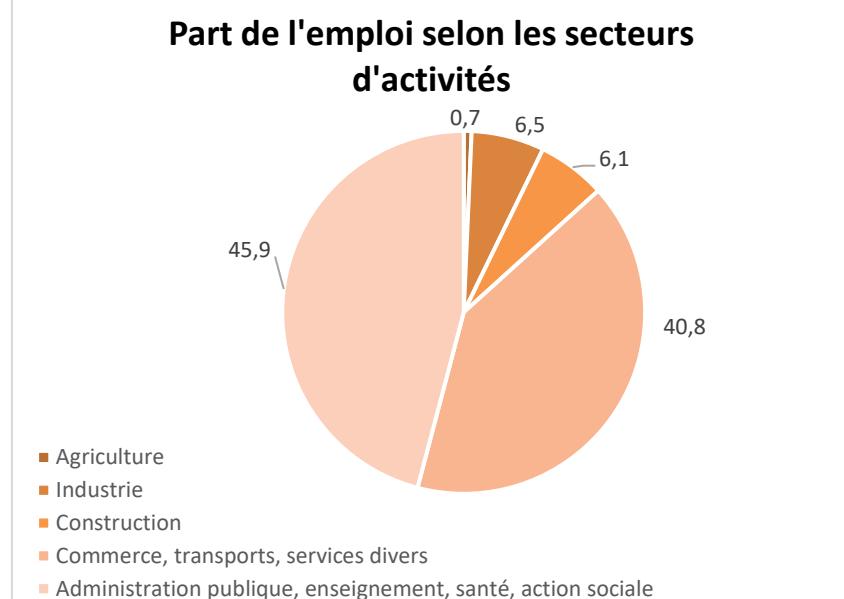
- de nombreuses infrastructures, évoquées dans la partie précédente, favorisent les interconnexions ;
- la présence de secteurs divers et fonctionnant en système : tertiaire métropolitain, commerces et services, industrie (notamment navale), artisanat, agriculture, etc. ;
- un bassin de vie important offrant des débouchés de consommation.

Spatiallement, la zone est concernée par un axe économique majeur et continu qui s'étend de Six-Fours-les-Plages / Ollioules à l'ouest, jusqu'à la Farlède à l'est. Hyères-les-Palmiers, dispose d'un pôle économique important. Les communes de Carqueiranne, La Crau, Le Pradet et de Saint-Mandrier ont elles un rayonnement plus localisé du point de vue de l'aire de chalandise.

Depuis l'essor des polarités commerciales périphériques, celles-ci entrent en compétition avec les commerces de centres-villes. Actuellement, les centres-villes essayent de contrebalancer cette tendance par une politique de redynamisation et d'incitation des commerces à s'implanter dans les centres urbains.

En ce qui concerne la spécialisation économique, le territoire est fortement orienté dans le secteur tertiaire : il représente 150 223 des emplois sur 173 397 emplois, soit 86,7%. Cette proportion est caractéristique de l'économie actuelle tertiarisée, en particulier lorsqu'il s'agit d'une métropole. Cependant, du fait de la taille du territoire, la présence du secteur industriel reste importante avec 21 930 emplois. Le secteur primaire représente lui 1 244 emplois, ce qui est plus à la marge, du fait de la forte urbanisation du territoire ainsi que de la préservation des espaces naturels particuliers. Par ailleurs, avec 90% des surfaces commerciales du territoire du SCoT, la Métropole TPM constitue le moteur commercial de l'aire toulonnaise et une polarité de grands commerces dans le Var.

Secteurs d'activités	Nombre d'emplois
Agriculture	1 244
Industrie	11 275
Construction	10 655
Commerce, transports, services divers	70 690
Administration publique, enseignement, santé, action sociale	79 533
Total	173 397



¹ L'indicateur de concentration d'emploi est égal au nombre d'emplois dans la zone pour 100 actifs ayant un emploi résidant dans la zone. Lorsqu'il est supérieur à 100, la zone est attractive car elle propose plus d'emploi qu'il n'y a d'actif sur le territoire.

1. Les centres-villes et pôles de proximité : espaces de forte mixité fonctionnelle

Les centres-villes et autres polarités locales constituent des pôles commerciaux à part entière où sont regroupés de nombreuses fonctionnalités : commerces, services, activités administratives ou encore activités libérales. Si les 12 communes du territoire présentent des profils variés (pôles urbains, centralité villageoise), chacune dispose d'un centre-ville et parfois de centralités secondaires. Le centre-ville de Toulon présente en particulier de nombreuses activités en cœur de ville (commerces, services...), d'équipements métropolitains (sportifs et culturels), d'administrations (Préfecture, Tribunal de grande instance...), et de la Base Navale.

Au sein des centres-villes, les activités commerciales restent majoritaires. Cependant on retrouve également de nombreuses activités de services à la personne, des hôtels, des restaurants, des services aux entreprises, des activités non commerciales de type associatives...

Cette diversité d'activités, mêlée à la présence d'équipements, d'habitats, d'espaces publics font des centres-villes des espaces urbains particulièrement vivants et actifs, le tout concentré dans un périmètre généralement restreint et propice aux déambulations piétonnes.

Les besoins en matière d'enseignes se cumulent souvent avec des enjeux de préservation du patrimoine dans certains centres-villes, par leur proximité immédiate avec des monuments historiques ou bien étant réglementés par un Site Patrimonial Remarquable.

Illustrations du centre-ville de Toulon, pôle urbain, en Site Patrimonial Remarquable.



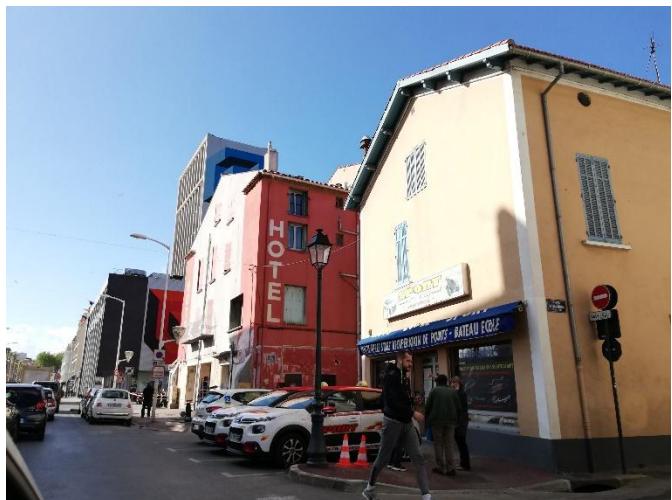
Illustrations du centre-ville de Hyères, pôle urbain, en Site Patrimonial Remarquable



Illustrations d'une des centralités secondaires d'Hyères, le Port d'Hyères (les fractions)



Illustrations du centre-ville de La Seyne-sur-Mer, pôle urbain



Illustrations du Revest-les-Eaux, centralité villageoise



2. Les zones d'activités économiques

Dans le département du Var, les espaces dédiés à l'accueil des activités économiques se concentrent essentiellement sur les grandes plaines littorales, en raison des contraintes topographiques du territoire et de la présence des populations. La plupart du foncier à vocation économique de la Métropole se concentre les longs des grands axes qui parcourent le territoire tels que l'A50, l'A57, l'A570 ou encore la N98.

Dans le cadre de sa compétence Développement Économique, la Métropole Toulon Provence Méditerranée assure la gestion et l'entretien de 65 zones d'activités économiques (ZAE) et parcs d'activités économiques répartis sur l'ensemble du territoire. Les ZAE occupent plus de 1 105 hectares sur lesquels sont implantées près de 3 500 entreprises.

La Métropole enregistre plusieurs sites stratégiques, localisés principalement selon trois grandes polarités situées à Toulon, ainsi qu'à l'est et à l'ouest de la Métropole. Ces trois espaces concentrent la majeure partie des zones d'activités de l'aire toulonnaise, et disposent de spécialisations diverses (artisanat, commerce, industrie, tertiaire), bien que majoritairement mixtes.

2.1. Les zones d'activités à rayonnement régional

NB : les données sur le nombre d'emplois et d'établissements au sein des zones d'activités sont issues du site www.sud-foncier-eco.fr

2.1.1. Le pôle Ouest

Le pôle Ouest est composé de plusieurs sites répartis entre les communes de La Seyne-sur-Mer, de Six-Fours-les-Plages et d'Ollioules. La zone d'activités, plutôt tertiaires et industrielles, a des spécialisations, et capte principalement les salariés y travaillant.

La spécificité du lieu réside dans la présence d'un pôle dédié aux activités maritimes, nommé le Technopôle de la Mer. Celui-ci est divisé en deux parties :

- Une partie à Ollioules (base terrestre) qui dispose d'un espace d'activités économiques dédié aux activités liées à la mer, en lien avec Naval Group ;
- Une partie à la Seyne-sur-Mer (base marine), aussi appelée zone industrielle de Brégallion, qui accueille la base maritime ainsi que plusieurs équipements scientifiques.



Figure 27 : Technopôle de la mer base marine - La Seyne-sur-Mer

Deux zones économiques disposent d'activités liées à l'artisanat ou à l'industrie :

- La zone d'activités des Playes, qui englobe celle de La Millonne. On y trouve aussi des activités de tertiaire, installées plus récemment
- La zone d'activités du Camp Laurent est relativement ancienne. Elle est située à la Seyne-sur-Mer, de part et d'autre de l'A50. Elle offre un potentiel de renouvellement urbain.

A ces deux zones viendra s'ajouter la future zone d'activités de Prébois sur la commune de Six-Fours-Les-Plages.



Figure 28 : ZA Saint-Laurent - La Seyne-sur-Mer

L'espace commercial de l'Ouest de la Métropole est également composé du pôle Lery à La Seyne-sur-Mer.

Au regard de leur rayonnement régional, ces zones présentent des enjeux forts en matière d'affichage extérieur.

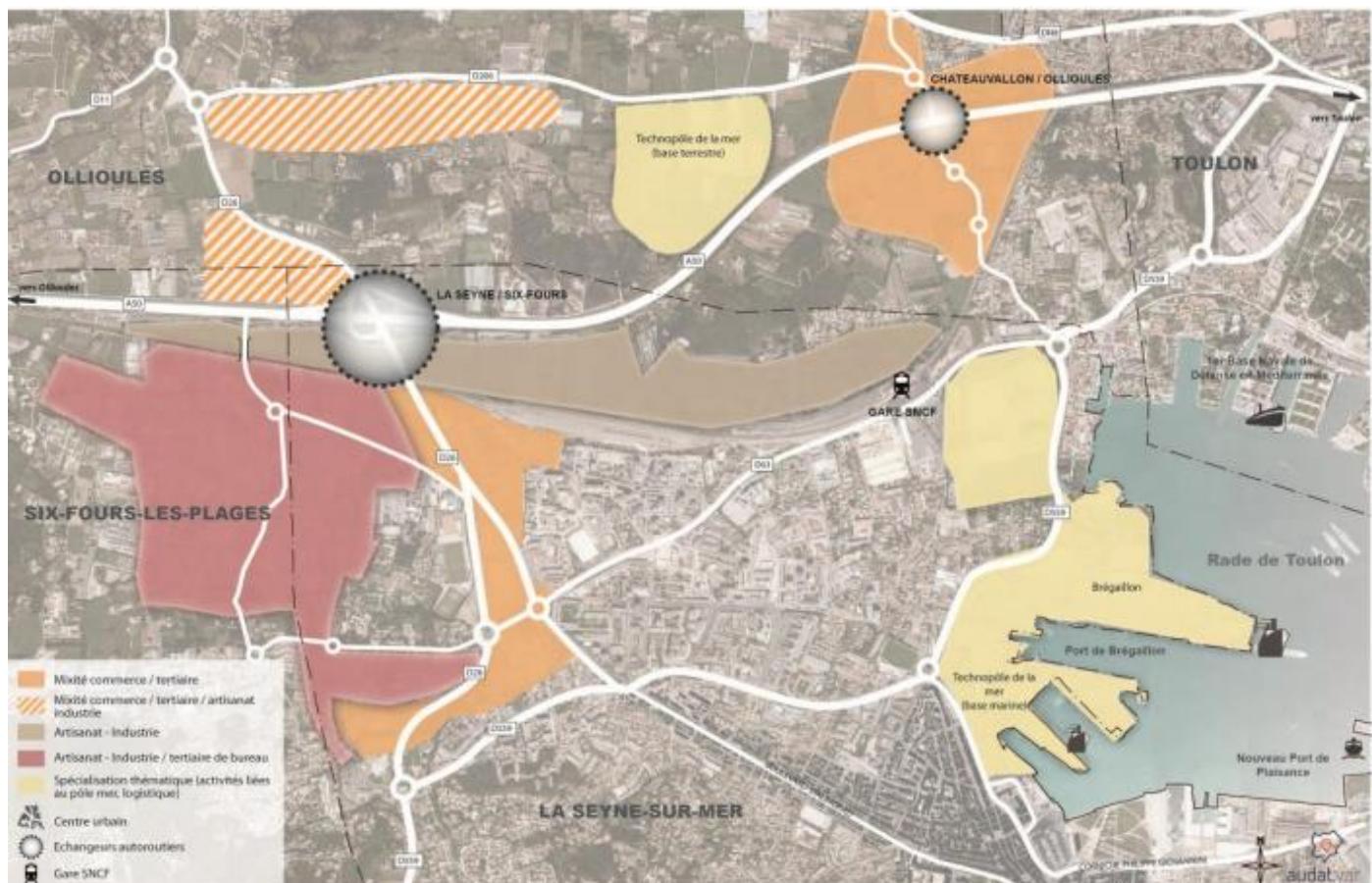


Figure 29 : Le pôle d'activités Ouest de l'aire toulonnaise en 2015 (source SCoT Provence Méditerranée)

2.1.2. Le pôle Est

Ce pôle est situé au sud et à l'est de l'A57, entre La Valette-du-Var et La Garde, il longe l'infrastructure autoroutière jusqu'à La Farlède.

Cet espace dispose d'entreprises dans des secteurs différents (tertiaire, artisanat et industrie). Il représente toutefois la principale polarité commerciale du territoire, concentrant près de 200 000 m² de surfaces de vente de grands commerces (+300 m²). Aussi, de nombreuses activités tertiaires y sont présentes (Valgora, le CNFPT, Université de Toulon), confortant encore la polarité en matière d'attractivité.

Les parties sud-ouest et centre sont principalement dédiées au secteur tertiaire (notamment commercial), bien que des activités artisanales prennent place. Cet ensemble concentre plusieurs zones d'activités qui sont : Bale Nuée ; Les Fourches ; Valgora ; Les Plantades ; La Planquette ; 4 chemins ; La Pauline. L'espace Cet espace est toujours en cours de développement : en 2016, 30 000 m² de surfaces de vente supplémentaires sont proposés depuis l'ouverture du retail park « Avenue 83 », compris dans une opération plus vaste de renouvellement urbain (habitat et bureaux). Comme souligné dans le rapport de présentation du SCoT approuvé en septembre 2019, cette polarité fait l'objet de pressions commerciales comme le montre l'installation récente d'activités vers la D67 et au Sud de l'A570 (Decathlon, Tousalon...).



Figure 30 : Parc d'activité Toulon-Est – La Garde



Figure 31 : ZA Les Plantades – La Garde



Figure 32 : ZA Valgora - La Valette du Var

La seconde partie de la zone est située à l'Est de l'A57 et se poursuit fonctionnellement jusqu'à La Farlède. C'est un espace qui a été bâti majoritairement durant les années 1970. De ce fait, les locaux ne sont parfois pas adaptés à la demande du marché actuel. Elle est composée principalement d'activités artisanales et industrielles, avec des établissements non compatibles avec l'habitat (transports de marchandises, nuisances sonores...). Les activités de logistiques y sont en effet importantes.



Figure 33 : Parc d'activité Toulon Est - La Garde

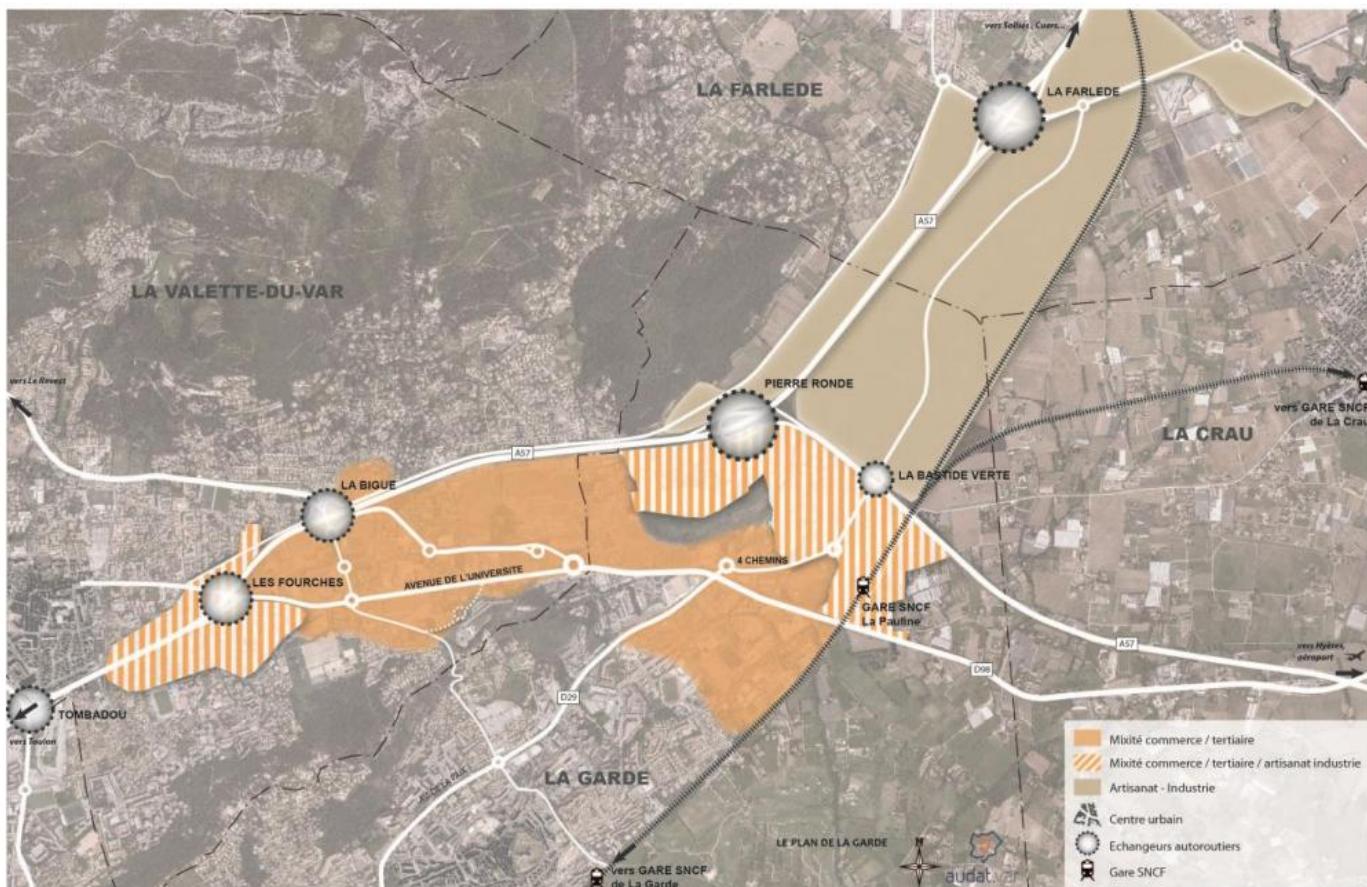


Figure 34 : Le pôle d'activités Est de l'aire toulonnaise en 2015 (source SCoT Provence Méditerranée)

2.2. Les zones d'activités économiques à rayonnement local

Enfin, d'autres zones d'activités plus petites sont réparties à l'échelle du territoire. Ici seules les zones d'activités de plus de 100 employés sont présentées. Elles constituent des pôles locaux d'attractivité et d'emplois. Certaines zones sont spécialisées dans un secteur spécifique, mais la majeure partie sont mixtes avec un secteur dominant.

- A Toulon :
 - o La zone d'activités Malbousquet, située au Nord de la base navale de Toulon, à dominante industrielle ;
 - o La zone d'activités Sainte Claire Deville ;
- A Saint Mandrier :
 - o Le Parc d'Activités Marines qui accueille exclusivement les activités industrielles, artisanales et de services des filières de la Grande Plaisance, Navale et Activités annexes ;
- A Carqueiranne :
 - o La zone d'activité des Castors
- A La Garde :
 - o La zone d'activités du Pouverel, comprise entre la voie ferrée, la RD 559 et la RD 2242 à dominante industrielle ;
- Au Pradet :
 - o Les zones d'activités du Forum et de La Bayette, à dominante de commerce de détails ;
- A La Crau :
 - o La zone d'activités de Gavary au Nord de l'A570, à dominante de services aux particuliers ;
 - o La zone d'activité de l'Estagnol au Sud de l'A570, à dominante de services aux particuliers ;
- A Hyères se situent :
 - o La zone d'activités Saint-Gervais située entre l'A570 et la RD 246, à dominante commerce de gros ;
 - la zone commerciale du Roubaud, à dominante de commerce de détail ;
 - la zone d'Activité de Saint-Martin, à dominante de services aux particuliers ;
 - o La zone d'activités Espace 3000, à dominante de commerce de détail ;

- La zone d'activités Le Palyvestre située au Nord de l'aéroport de Toulon-Hyères, à proximité immédiate de l'infrastructure à dominante de services aux particuliers.
- A Ollioules :
 - Au nord de l'A50 :
 - La zone d'activités Jean Mermoz, à dominante de commerce de détail ;
 - La zone d'activités Piedardant, à dominante de service aux particuliers ;
 - Le Technopole de la Mer à dominante industrielle ;
 - La zone d'activité Quiez, à dominante de commerce de détail ;
 - La zone d'activités du Parc Athena à dominante de commerce de détail ;
 - Au sud de l'A50 :
 - La zone d'activités du Carrefour à dominante de commerce de détail.

3. **Tourisme**

Le tourisme est une source économique majeure de la Métropole TPM, avec un rayonnement et une attractivité à l'international. L'hébergement touristique y est particulièrement important. En 2022, la Métropole Toulon Provence Méditerranée compte 79 hôtels de tourisme ou apparentés, 48 campings, 19 résidences de tourisme, 13 villages vacances et 4 auberges de jeunesse/centre sportif. La Métropole TPM dénombre 32 129 résidences secondaires en 2019, soit 12,3% du nombre total des logements.

3.1. **Un secteur touristique important lié à la présence de la mer**

Le tourisme au sein de la Métropole est fortement lié à la présence de la mer. Le territoire dispose d'un littoral étendu, de nombreuses plages, et d'un ensoleillement important. L'archipel des îles d'Hyères constitue un site touristique majeur du territoire. Le tourisme balnéaire revêt de multiples formes (sports nautiques, plongée sous-marine, sentier du littoral, croisières, etc.). Le sentier du littoral permet de découvrir une mixité de paysages d'intérêt patrimonial (tels que les forts, les ports, les criques et les plages, le patrimoine militaire...). Les Ports de Toulon – La Seyne – Brégallion sont adaptés à l'accueil des bateaux de croisière, qui côtoient les ferries, à destination de la Corse, de la Sardaigne et des Baléares. Des projets visent à augmenter la capacité d'accueil pour la croisière. On trouve aussi d'autres aménités qui attirent les touristes, comme le chainon calcaire des Monts Toulonnais (Mont Faron, Mont Coudon, Gros cerveau).

3.2. **Un tourisme culturel riche et diversifié**

La Métropole Toulon Provence Méditerranée compte plusieurs dizaines de musées comprenant :

- A Toulon : le Musée National de la Marine, le Muséum d'Histoire Naturelle, le Musée des Arts Asiatiques, le Musée d'histoire de Toulon et de sa région, la Tour Beaumont – Mémorial du Débarquement, l'Hôtel des Arts, la Maison de la Photographie, etc.
- La Garde : le Musée de Jean Aicard.
- Le Pradet : le Musée de la Mine de Cap Garonne.
- Ollioules : la Maison du Patrimoine, le Musée de la Fleur, le Musée de l'Ecole Publique.
- Six-Fours-les-Plages : le Musée des vins et spiritueux, l'Institut Océanographique Paul Ricard.
- La Valette-du-Var : l'Espace d'art Le Maulin.
- Le Revest-les-Eaux : le Musée d'art sacré.
- La Seyne-sur-Mer : le Musée Balaguier, la Villa Tamaris, le Musée Naval du Fort de Balaguier.
- Hyères-les-Palmiers : le Musée municipal, le Musée des cultures et du paysage, le Musée de la Reine Victoria, la Villa Carmignac,

Au-delà de son intérêt patrimonial, la Villa Noailles à Hyères-les-Palmiers, protégée au titre des monuments historiques est aussi un centre d'art d'intérêt national. Celle-ci programme des expositions, des festivals et des ateliers toute l'année.

L'offre culturelle est complétée par la scène nationale de Châteauvallon-Liberté regroupant deux théâtres : Châteauvallon à Ollioules et le théâtre Liberté à Toulon.

De manière générale, le tourisme a des retombées économiques importantes pour le territoire. Il est cependant aussi source de nuisances et de pression, notamment du fait de l'afflux majeur de touristes durant la saison estivale.

Les nombreuses activités touristiques, culturelles, sportives, etc... nécessitent des supports de communication adaptés aux caractéristiques des sites accueillant les manifestations et adaptés aux sensibilités paysagères des lieux.

Chapitre 2 : Contexte réglementaire : rappel des règles nationales applicables aux dispositifs publicitaires, de préenseignes et d'enseignes

I. Champ d'application du droit de la publicité extérieure

Le droit de la publicité extérieure a pour objectif de réglementer la publicité, les enseignes et les préenseignes dans un but de protection du cadre de vie. L'article L.581-2 du Code de l'environnement détermine le champ d'application géographique de la réglementation.

De longue date, il a été considéré que ces différents dispositifs, qui constituent le champ d'application matériel de la réglementation, pouvaient constituer une nuisance visuelle s'ils n'étaient pas soumis à des règles particulières d'implantation et de format permettant leur meilleure intégration dans l'espace public.

Toutefois, leur impact ne peut être contenu que s'ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (art. L.581-2 du Code de l'environnement).

La voie ouverte à la circulation publique est entendue comme étant la voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (Art. R.581-1 du Code de l'environnement). Sont ainsi visés : les routes, autoroutes et routes à grande circulation, mais également les voies navigables, les chemins de grande randonnée, les pistes de ski et les télésièges ainsi que les voies ferrées, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires ou les parkings.

Les publicités, enseignes et préenseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'environnement et, le cas échéant, le RLPI.

Le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 – communément appelée règlement national de la publicité (RNP) - applicable à l'ensemble du territoire national (métropolitain et ultra-marin). Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) ou un règlement local de publicité (RLP) peut être institué par certains EPCI ou, à défaut, les communes. Il comportera des règles plus restrictives que celles du RNP. Lorsque les dispositions spécifiques du RLPI ne portent que sur certains aspects de la réglementation et que, pour le reste de la réglementation, le RLPI ne prévoit pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du RNP qui s'appliquent : dans ce cas, le RNP vaut RLP.

Le RNP constitue donc un standard qu'il est important de connaître puisque c'est en fonction de celui-ci que les dispositions du RLPI devront être adoptées.

1. Notions de références

Le champ d'application de la réglementation suppose d'identifier les dispositifs visés par la réglementation et les lieux où les règles du RNP s'appliquent.

1.1. Code de la route

La poursuite de préoccupations étrangères à la protection de l'environnement est a priori interdite dans le cadre de la réglementation de la publicité extérieure. Mais il existe des liens avec le Code de la route notamment lorsque l'installation de certains dispositifs – publicité lumineuse*, bâches* publicitaires – peut avoir des incidences sur la sécurité routière (Art.R. 581-15, Art. R. 581-19 et Art. R. 581-20). De la même manière, les tribunaux ne s'opposent pas aux dispositions contenues dans les règlements locaux de publicité (RLP) qui, tout en poursuivant des motifs paysagers, ont pour effet d'assurer la sécurité des usagers des voies notamment lorsqu'ils interdisent la publicité aux abords des ronds-points.

Par ailleurs, le Code de la route comporte des dispositions spécifiques à la publicité pour des motifs de sécurité de la circulation routière (Art. R. 418-1 et s. du code de la route).

1.2. La Convention Européenne du Paysage

« Le paysage constitue un élément essentiel du bien-être individuel et social, et sa protection, sa gestion et son aménagement impliquent des droits et des responsabilités pour chacun ».

La loi pour la Reconquête de la Biodiversité, de la Nature et des Paysages (RBNP) du 8 août 2016 désigne le paysage comme « une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels ou humains et de leurs interrelations dynamiques ». Le paysage bouge, il faut l'accompagner, il évolue et doit aller vers du mieux au niveau du cadre de vie. Il ne faut pas « muséifier » le paysage ; se méfier du terme « préserver » qui veut dire ne pas bouger.

1.3. Règles de compatibilité s'imposant aux RLP (art. L. 581-14 du Code de l'environnement)

Le RLP doit être notamment compatible avec :

- Les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte d'un Parc national qui s'appliquent à l'aire d'adhésion (cas en l'espèce, le Parc National de Port-Cros) ;

1.4. Le pouvoir de police

Depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « climat et résilience », le pouvoir de police de la publicité a été décentralisé du Préfet au Maire. À compter du 1er janvier 2024, la compétence en matière de police appartient au maire agissant au nom de la commune, avec dans certains cas un transfert au président de l'EPCI. Le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité du maire au président de l'EPCI a fiscalité propre concerne les EPCI compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) ou de RLP, quelle que soit la taille de la commune. Les maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L. 5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience.

L'autorité, investie du pouvoir de police, délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), du préfet de région ou du service de l'aviation civile.

Les douze communes ont signifié leur souhait de conserver la pouvoir de police. Ainsi, le Président de TPM a acté le non-transfert du pouvoir de police à la Métropole et le maintien de ce pouvoir aux maires des communes par arrêté n° AP 24/185 en date du 18 juin 2024.

II. Les récentes évolutions réglementaires

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite Grenelle 2), a apporté une profonde réforme de la réglementation en matière de publicité extérieure. L'article L.581-14-3 du Code de l'environnement prévoyait que les Règlements Locaux de Publicité (RLP) en vigueur à la date de publication de la loi ENE restaient valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date. Ces RLP sont dits de première génération.

La loi n°2019-1461 du 27 Décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique prévoyait le report au 14 juillet 2022 de la caducité des RLP communaux première génération, initialement prévue au 13 Juillet 2020, sous réserve de l'engagement des RLP à l'échelle intercommunale.

Dans ce contexte, le RLPI de la Métropole Toulon Provence Méditerranée a été prescrit le 15 décembre 2020.

Parmi les 12 communes de la Métropole Toulon Provence Méditerranée :

- 3 communes ne disposaient pas d'un RLP à ce jour : Carqueiranne, Le Revest-les-Eaux et Saint-Mandrier.
- 9 communes disposaient déjà d'un RLP : Hyères-les-palmiers, La Crau, La Seyne-sur-Mer, La Garde, Ollioules, Le Pradet, Toulon, Six-Fours-les-Plages, La Valette-du-Var. Toutefois **6 d'entre eux étant antérieurs à la loi ENE et n'intégrant pas les nouvelles législations successives avant l'approbation de ce RLPI, ils ont été frappés de caducité le 13 juillet 2022.**

Communes de TPM ne disposant pas de RLP		
Communes		
Carqueiranne	Absence de RLP	
Le Revest-les-Eaux	Absence de RLP	
Saint-Mandrier	Absence de RLP	
Communes de TPM disposant d'un RLP		
Communes	Date d'approbation du document	
La Crau	23 juin 2006	RLP caducs au 13 juillet 2022 en l'absence d'élaboration du RLPi
Hyères	22 juillet 2008	
Ollioules	6 octobre 1992	
La Seyne-sur-Mer	9 novembre 2009	
Toulon	23 juin 2008	
La Valette-du-Var	8 avril 1992	
Le Pradet	18 décembre 2017	RLP Grenelle
Six-Fours-les-Plages	18 décembre 2018	
La Garde	24 mars 2022	

Depuis cette date, la réglementation nationale s'applique et se substitue aux dispositions des anciens règlements locaux de publicité devenus caducs. La compétence en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne a ainsi été transférée au préfet à cette date.

Plus récemment, la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « climat et résilience », a prévu de décentraliser le pouvoir de police de la publicité. Comme énoncé précédemment, les maires conservent le pouvoir de police de la publicité, depuis que le Président de la Métropole a acté le non-transfert de la compétence.

Cette loi permet également au règlement local de publicité de prévoir des prescriptions concernant les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.



Le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses a harmonisé les règles d'extinction nocturne des publicités lumineuses et a limité les exceptions à cette obligation d'extinction.

Les publicités lumineuses doivent désormais être éteintes sur tout le territoire entre 1 heure et 6 heures du matin (à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports et de celles supportées par le mobilier urbain* affecté aux services de transport durant les heures de fonctionnement de ces services et à condition, pour les publicités numériques, que leurs images soient fixes), alors qu'auparavant les grandes unités urbaines de plus de 800 000 habitants devaient élaborer un RLP si elles souhaitaient poser des règles d'extinction et que toutes les catégories de mobilier urbain bénéficiaient de cette exemption.

Les communes et EPCI conservent toutefois la possibilité de fixer des règles d'extinction plus strictes via leur RLPI.

Ce décret a également renforcé les sanctions applicables en cas de non-respect de l'obligation d'extinction nocturne des publicités lumineuses. Cette infraction est désormais punie de l'amende prévue pour les contraventions de la 5e classe (Art. R. 581-87-1 du Code de l'environnement), alors qu'auparavant le Code de l'environnement prévoyait une contravention de 4e classe.

Le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 modifie certaines dispositions du Code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes. Les dispositions prévues par ce texte pour les publicités s'appliquent également aux préenseignes, conformément au premier alinéa de l'article L.581-19 du Code de l'environnement selon lequel les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Le décret réduit à 10,50 m² la surface unitaire maximale des publicités et enseignes lorsque celle-ci était précédemment fixée à 12 m², qu'il s'agisse soit de publicités murales, soit de publicités ou d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Il modifie également la surface unitaire maximale de la publicité non lumineuse murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Le décret n° 2023-1409 du 29 décembre 2023 portant modification de diverses dispositions du Code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux préenseignes et aux paysages a étendu l'exception à l'obligation d'extinction aux publicités lumineuses installées sur l'emprise des marchés d'intérêt national.

III. Les différents dispositifs visés par la réglementation

1. Trois dispositifs concernés

1.1. L'enseigne (article L581-3 du CE)

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ».

Il s'agit d'un dispositif installé sur la façade commerciale ou l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription, la forme ou l'image.

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- Enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- Enseignes en toiture ;
- Enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol.
- Les chevalets au sol, lorsque ceux-ci sont placés sur l'emprise d'un espace faisant l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasse de restaurant,...).



1.2. La publicité (article L581-3 du CE)

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et préenseignes ».

Les dispositifs réglementés par le Règlement National de Publicité peuvent être classés suivant :

- Leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- Leurs tailles ;
- Leurs caractères lumineux ou non.



1.3. La pré-enseigne (article L581-3 du CE)

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée ».

Bien que très proche de la définition de l'enseigne, la préenseigne s'en distingue toutefois par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble où s'exerce l'activité signalée alors que la préenseigne est implantée sur une unité foncière matériellement différente de celle où s'exerce l'activité signalée.



Conformément à l'article L.581-19, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Pour information, ces dispositifs sont soumis à un régime de déclaration ou d'autorisation :

Sont soumis à DECLARATION PREALABLE	Sont soumis à AUTORISATION PREALABLE
<p>Toute installation, remplacement ou modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité : dispositif mural, scellé au sol ou installé au sol, sur mobilier urbain et dispositif de petit format sur baie. - de préenseignes dont les dimensions excèdent 1m en hauteur et 1,5m en largeur. - de bâches comportant de la publicité, dont l'emplacement a été préalablement autorisé. <p>• Pour les dispositifs non lumineux ou éclairés par projection ou transparence, implantés sur domaine privé ou public.</p>	<p>Toute installation, remplacement ou modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité éclairée autrement que par projection ou transparence (dont numérique). - d'un mobilier urbain supportant de la publicité lumineuse. - d'un emplacement de bâche comportant de la publicité. - d'un dispositif de dimension exceptionnelle. - d'une enseigne (dont enseigne à faisceau laser). - d'une enseigne temporaire installée sur un immeuble ou dans un lieu mentionné au L. 581-4 du CE. - d'une enseigne temporaire scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné au L. 581-8 du CE.

2. Les supports spécifiques

2.1. Le mobilier urbain

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

Mobilier urbain pouvant supporter de la publicité : les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Art. L581-45 CE : Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Art. L581-46 CE : Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

2.2. Les bâches

Art. L581-53 CE

Les bâches comprennent :

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

2.3. Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

IV. Champ d'application géographique (unité urbaine) et démographique

1. La nécessité de définir les limites d'agglomération(s)

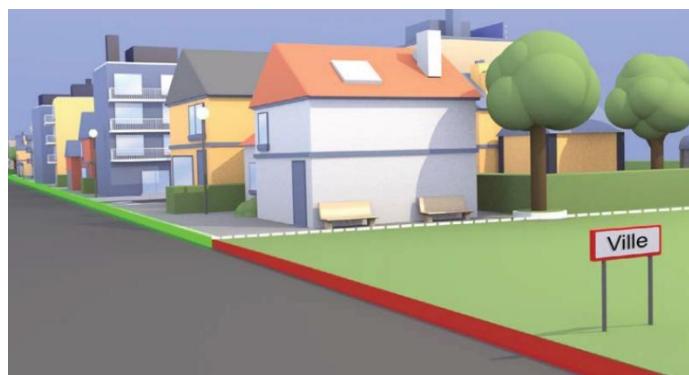
Par principe, la publicité est interdite hors agglomération (Art. L.581-7 du Code de l'environnement). La délimitation de l'agglomération s'avère donc déterminante.

Sa définition résulte de l'article R.110-2 du Code de la route selon lequel il s'agit d'un « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâties 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 ». Ces panneaux font l'objet d'une implantation conformément à un arrêté municipal (Art. R.411-2 du Code de la route).

Les panneaux d'entrée et de sortie sont quelquefois mal implantés : soit ils sont trop en amont (ou en aval) des zones bâties, soit la zone bâtie s'est progressivement étendue sans que les panneaux n'aient été déplacés voire qu'ils n'existent pas.



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

Dans le règlement local de publicité, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle (localisation des panneaux d'entrée de ville). Elle correspond aux espaces bâties, caractérisés par :

- Un espacement entre bâtiments de moins de 50 mètres ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une longueur d'au moins 400 mètres ;
- Une fréquentation significative d'accès riverains ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

Les arrêtés municipaux, pouvant être accompagnés d'un document graphique où apparaissent les limites d'agglomération, constituent des annexes obligatoires du RLPI (Art. R.581-78 du Code de l'environnement).

DÉFINITION DES AGGLOMÉRATIONS

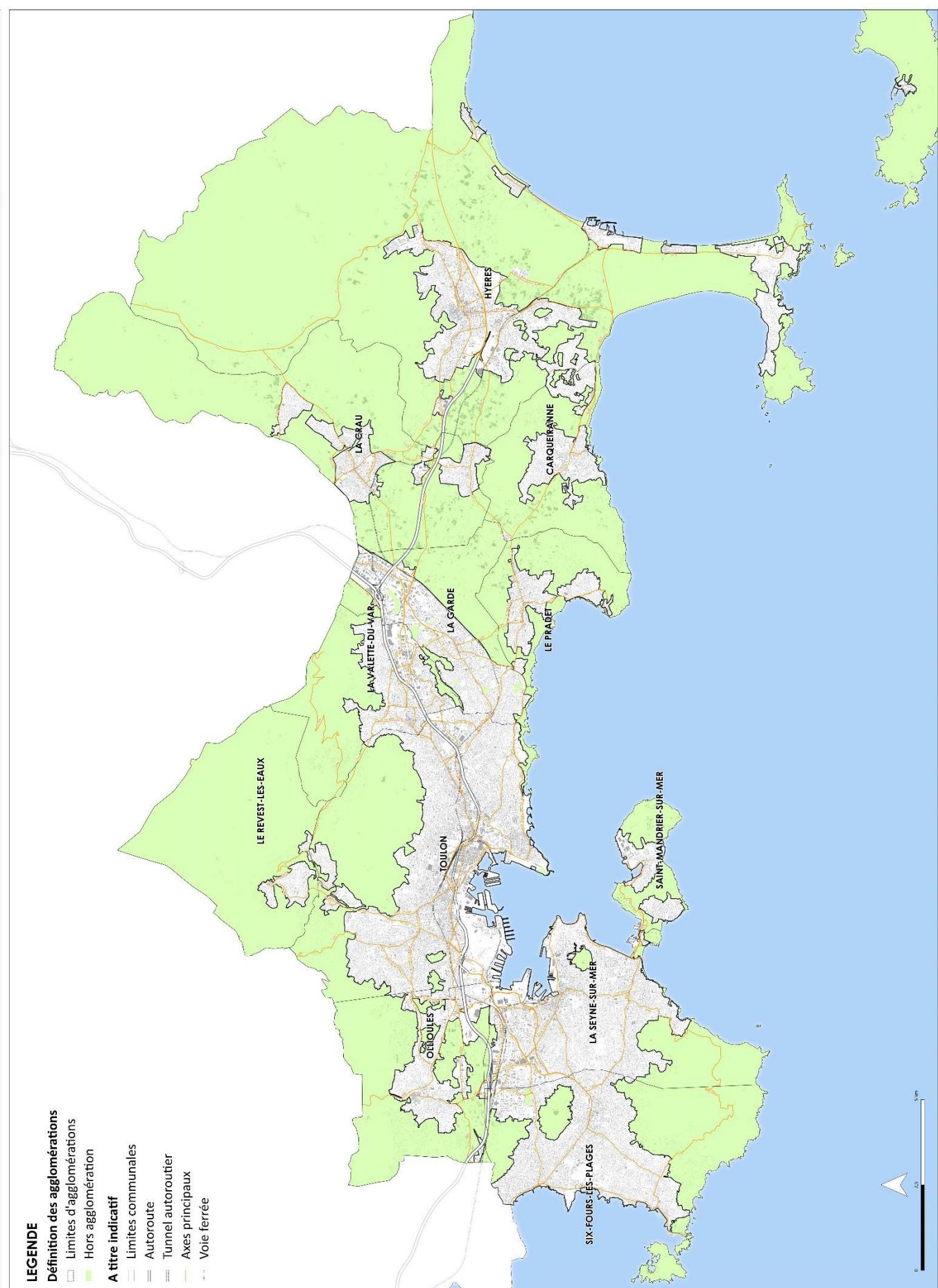
LEGENDE

Définition des agglomérations

- Limites communales
- Limites d'agglomérations
- Hors agglomération

A titre indicatif

- Limites communales
- Autoroute
- Tunnel autoroutier
- Axes principaux
- Voie ferrée



2. L'unité urbaine

Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes sont différentes selon le poids démographique de l'agglomération. Considérée comme un phénomène essentiellement urbain, la publicité (ainsi que certains types d'enseignes) est admise dans les plus grands formats dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Toutefois, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la plupart des règles applicables aux publicités sont identiques à celles des agglomérations de plus de 10 000 habitants.

L'unité urbaine, définie par l'INSEE, est composée d'une commune ou d'un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu qui compte au moins 2 000 habitants. Déterminée sur des éléments topographiques tels que les coupures du tissu urbain (rupture du bâti de plus de 200 mètres, cours d'eau en l'absence de pont, gravières, dénivellés importants, etc.), l'unité urbaine ne tient pas compte du périmètre des EPCI. Ces derniers sont le fruit de la volonté des communes d'y adhérer, sous réserve du respect des conditions fixées par le Code Général des Collectivités Territoriales.

L'unité urbaine de Toulon est composée de 27 communes, la majorité étant située dans le département du Var et deux communes dans le département des Bouches-du-Rhône (Ceyreste et La Ciotat). L'unité urbaine étant une donnée géographique et non administrative, ces communes sont en revanche rassemblées au sein de plusieurs intercommunalités : Métropole Toulon Provence Méditerranée, Métropole d'Aix-Marseille Provence, Communauté d'Agglomération Sud Saint Baume, Communauté de Communes de la Vallée du Gapeau et la Communauté de Communes Porte des Maures.

Sur le territoire métropolitain, les 12 communes membres font partie de l'unité urbaine de Toulon.

3. Population et Publicités

Le Règlement National de Publicité opère une distinction selon le nombre d'habitants par agglomération, inférieur ou supérieur à 10 000 habitants et l'appartenance à une unité urbaine de moins de 100 000 habitants ou de plus de 100 000 habitants.

Au surplus et spécifiquement pour la publicité lumineuse, des règles diffèrent selon son implantation dans une agglomération faisant ou non partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants. Par la combinaison de ces éléments et par l'application du RNP, existent quatre catégories d'agglomération :

- Celles de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Celles de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Celles de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Celles appartenant ou non à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.

Le territoire Métropolitain de Toulon Provence Méditerranée est quant à lui concerné par une seule typologie d'agglomération : celles de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (unité urbaine de Toulon : 595 715 habitants en 2021 (INSEE « dossier complet unité urbaine 2020 de Toulon (00757) »).

4. Population et Enseignes

Les dispositions du RNP applicables aux enseignes scellées au sol différencient le régime des enseignes selon leurs implantations dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants. Mais, à la différence du régime de la publicité, n'est pas prise en compte la question de l'appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants voire de 800 000 habitants.

V. Les dispositions de la réglementation nationale applicables sur le territoire de la Métropole Toulon Provence Méditerranée

1. Le régime des publicités

Dans l'objectif de préserver le cadre de vie, la publicité est très strictement encadrée par le Règlement National de Publicité dans certains périmètres institutionnels spécifiques. Sont ainsi définis des secteurs d'interdictions absolues de publicité et des périmètres d'interdictions relatives où les publicités peuvent être réintroduites via un Règlement Local de Publicité.

1.1. Les périmètres d'interdictions strictes de publicité

1.1.1. Les périmètres d'agglomérations (L581-7 DU CE)

En dehors des lieux qualifiés « d'agglomérations » toutes publicités et préenseignes autres que dérogatoires sont interdites. Au regard de la possibilité que la notion formelle de l'agglomération (panneaux d'entrée et de sortie de ville) et la notion matérielle (présence d'immeubles bâtis rapprochés) ne coïncident pas, le Conseil d'Etat fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existante ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, section, 02/03/1990, Sté Publi-system, n°68134). Ainsi, les dispositifs publicitaires implantés dans un environnement rural et qui ne sont pas situés dans des zones ou seraient groupes des immeubles bâtis rapprochés, sont considérés comme installés hors agglomération (CE, 2eme chambre, 08/02/2018, SARL AFUR, n° 411758).

Hors agglomération, la publicité est toutefois autorisée « à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. »

Les enjeux du RLPI prendront donc en compte les périmètres physiques réels des agglomérations, tels qu'ils existent aujourd'hui.

1.1.2. Les périmètres urbains et environnementaux

Toute publicité est interdite en agglomération :

Art. L581-4 CE

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

Art. R581-30 CE

- Au sol, dans les espaces boisés classés (EBC des PLU ou futur PLUi) identifiés en agglomération ;
- Au sol, 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, figurant aux PLU ou futur PLUi.

Art. R581-31 CE

- Au sol, dans les zones où les affiches 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.

Art. R418-7 CR

- La publicité et les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

L'élaboration d'un règlement local de publicité ne permet pas de déroger à ces interdictions.

Les périmètres d'interdictions strictes identifiés sur le territoire métropolitain de Toulon Provence Méditerranée

84 Monuments Historiques sur le territoire de la Métropole

IdTigre	Appellation	Événement	Commune
52868	Villa Port Magaud	inscription le 07/10/2019	La Garde (4)
17155	Chapelle Notre-Dame	classement le 04/08/1916	
17286	Chapelle Saint-Charles Borromée de la Pauline	inscription le 02/12/1988	
17174	Oratoire (édifice déplacé)	inscription le 05/01/1925	
17386	Domaine de San Salvadour	inscription le 23/08/1990	Hyères (40)
17258	Château (ancien)	classement le 31/12/1862 ; inscription le 27/01/1926	
17293	Eglise Saint-Louis	classement le 31/12/1840	
17352	Ecole Anatole France	inscription le 20/10/2011	
17310	Eglise Saint-Paul	classement le 12/06/1992	
54742	Eglise anglicane Saint Paul's Church	inscription le 31/07/2020	
17288	Villa Alberti Tholozan	inscription le 29/10/1975	
17335	Villa Tunisienne	inscription le 01/09/1999	
17349	Chapelle Saint-Blaise (ancienne)	classement le 30/03/1987	
17208	Première enceinte médiévale - Porte de Barruc	inscription le 27/01/1926	
17397	Hôtel Dellor	inscription le 23/11/1946	
17171	Porte Saint-Paul	classement le 02/10/1992	
17327	Porte de Fenouillet	inscription le 27/01/1926	
17280	Maison romane	classement le 26/09/1926	
17187	Porte de la Rade	inscription le 27/01/1926	
17314	Villa Noailles	inscription le 09/12/1987 ; inscription le 29/10/1975	
17344	Cité gréco-romaine d'Olbia Pomponiana	classement le 23/09/1947 ; classement le 10/12/1951 ; inscription le 31/03/1926	
17385	Oppidum de Costebelle	classement le 29/09/1958	
17313	Fort de la Repentance	inscription le 20/01/1989	
17143	Fort de l'Eminence	inscription le 20/01/1989	
17275	Fort de la Vigie	inscription le 12/02/1947	
17348	Batterie des Mèdes (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17305	Fort du Moulin	classement le 02/03/1954	
17360	Fort Sainte-Agathe (ancien)	inscription le 14/12/1927	
17131	Fort du Petit Langoustier	inscription le 20/01/1989	
17166	Redoute de l'Estissac (ancienne)	inscription le 12/02/1947	
17230	Redoute de l'Alycastre (ancienne)	inscription le 14/12/1927	
18591	Villa La Favorite	inscription le 16/07/2018	
17410	Fort de Port Man (ancien)	inscription le 12/02/1947	
17359	Fort du Grand Langoustier	inscription le 20/01/1989	

17236	Batterie du Pradeau, dite aussi la Tour Fondue	inscription le 21/07/1989	
17353	Batterie du Lequin (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17398	Propriété dite Le Plantier de Costebelle	inscription le 26/12/1976	
17289	Batterie du nord (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17128	Batterie du sud (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17244	Batterie du Bon Renaud (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17138	Batterie de Galéasson (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17403	Phare de Porquerolles	classement le 13/09/2012	
17260	Batterie de l'est (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
17387	Eglise Saint-Pierre de l'Almanarre (ancienne)	inscription le 31/03/1926	
17241	Oppidum celto ligure de la Courtine	inscription le 14/12/1949 ; inscription le 31/01/1949	Ollioules (3)
17188	Eglise paroissiale Saint-Laurent	classement le 11/10/1982	
17346	Maison, 20 rue Gambetta	inscription le 16/12/1998 ; classement le 06/12/2000	
17191	Villa l'Artaude	classement le 29/12/1987	Le Pradet (1)
17336	Tour sarrasine	inscription le 10/01/1964	Le Revest-les-Eaux (1)
17157	Chapelle Saint-Louis ou chapelle des Mécaniciens	inscription le 10/05/1990	Saint-Mandrier-sur-Mer (1)
54741	Fort Napoléon	inscription le 07/10/2019	Seyne-sur-Mer (4)
17268	Pont levant	inscription le 03/11/1987	
17405	Fort de Balaguier (ancien)	inscription le 17/03/1975	
17223	Eglise Notre-Dame du Bon Voyage	inscription le 02/12/1988	
17436	Chapelle Notre-Dame de la Pépôle	inscription le 30/01/1967	Six-Fours-les-Plages (4)
17408	Villa Cécile	inscription le 04/11/2011	
17127	Eglise paroissiale Saint-Pierre es Liens	classement le 31/12/1840	
17434	Phare du Grand Rouveau	inscription le 19/09/2012	
17137	Retranchement dit crêmaillère du Faron	inscription le 15/03/2016	Toulon (25)
17228	Fort du Grand Saint-Antoine	inscription le 27/02/2014	
17376	Hôpital Chalucet	inscription le 10/06/1993	
17376	Jardin public Alexandre 1er	inscription le 10/06/1993	
17218	Porte Malbousquet	inscription le 19/09/1989	
17357	Porte d'Italie	inscription le 21/10/1986	
17229	École des Trois-Quartiers	inscription le 10/12/2007	
17245	Caserne retranchée du Faron	inscription le 14/09/2015	
17271	Fort de la Grosse Tour (ancien)	classement le 11/04/1947	
17413	Cathédrale Sainte-Marie de la Sed	classement le 14/11/1997	
17252	Théâtre Opéra	inscription le 02/12/1988	
17294	Fort Saint-Louis (ancien)	inscription le 29/11/1948	
17192	Evêché (ancien)	inscription le 25/07/1991	

17238	Tour Beaumont	inscription le 24/02/2014	
17217	Eglise paroissiale Saint-Louis	classement le 22/03/1945	
17226	Cercle naval (ancien)	inscription le 08/02/2018	
17114	Eglise paroissiale Saint-François de Paule	classement le 19/05/1942	
17411	Ancienne porte de l'Arsenal	classement le 04/05/1910	
17193	Monument aux morts de la Guerre de 1914-1918	inscription le 22/02/2010	
17320	Jardin de rocaille de la maison Noble	inscription le 29/10/2014	
17156	Porte de l'ancien hôpital de la marine remontée à la corderie	classement le 15/04/1911	
17432	Hôtel de Ville (ancien) : (i) ancienne porte (jambages et linteau) et (ii) cariatides de Puget	(i) inscription le 24/02/1926 ; (ii) classement le 09/05/1914	
17122	Bassin au Triton	inscription le 12/10/1973	
17435	Portail de l'ancienne Comédie	inscription le 11/02/1998	
1758	Statue avec sa niche et sa vasque	Inscription le 12/10/1973	
17170	Bastide d'Orvès et son jardin	inscription le 08/07/1993	La Valette-du-Var (2)
17299	Eglise paroissiale Saint-Jean-Porte-Latine	inscription le 13/04/1944	

1 Parc National (PN) sur le territoire de la Métropole

Nom du Parc	Dates	Superficie (ha)
Parc National de Port-Cros	Crée par Décret du 14/12/1963 Charte approuvée par Décret du 30/12/2015	4613,47

11 Sites Classés sur le territoire de la Métropole

Identifiant du site	Nom du site	Date de classement	Superficie (ha)
93C83015	L'île de Port-Cros	17/03/1930	627,52
93C83027	Le Pigeonnier féodale du Revest-les-Eaux et ses abords	08/06/1937	3,30
93C83031	Le site des « pins penchés » à Carqueiranne	27/07/1938	0,6
93C83034	L'église de Carqueiranne et ses abords	12/03/1941	0,48
93C83035	La chapelle dite du « Vieux Six Fours » et ses abords	14/02/1944	0,41
93C83042	L'île de Porquerolles et ses îlots	05/05/1988	2741
93C83043	La Cap Siciè et ses abords	02/06/1989	1 550,01
93C83045	Le Mont Faron	01/02/1991	850,80
93C83046	Le massif du Baou des Quatre Aures	20/03/1992	1 504,06
93C83051	La presqu'île de Giens, l'étang et les salins des Pesquiers	27/12/2005	3 017,01
93C83053	Massif du Coudon	07/12/2010	2 345,83

1.2. Les périmètres d'interdictions « relatives » de publicité

L'article L.581-8 du Code de l'environnement, dans sa rédaction issue de la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, précise que dans le cadre de l'élaboration d'un règlement local de publicité, certains secteurs d'interdiction de publicité par le RNP peuvent faire l'objet d'une réintroduction de la publicité. C'est uniquement dans ce cas de figure que le RLP peut être moins restrictif que les règles nationales. Ces secteurs dits d'interdiction « relative » sont les suivants :

- Dérogation possible à l'interdiction dans le cadre du RLPi, en agglomération

[Art. L581-8 CE](#)

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du Code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS) ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000) ;

Périmètres concernés sur le territoire de Toulon Provence Méditerranée, uniquement si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération :

45 Abords des Monuments Historiques			
<i>IdTigre</i>	<i>Appellation</i>	<i>Événement</i>	<i>Commune</i>
52868	PDA Villa Port Magaud	Arrêté préfectoral (AP) le 07/10/2019	La Garde (4)
13217	PDA de la Chapelle Saint-Charles Borromée de la Pauline	Délibération du 27/06/2005	
13206	PDA de la chapelle et de l'Oratoire	Délibération du 27/06/2005	
1629	Petit oratoire	Inscription le 25/01/1925	
35495	PDA n°1 de Hyères (centre-ville)	AP 16/07/2019	Hyères (15)
35493	PDA n°2 de Hyères (Costebelle, Almanarre)	AP 16/07/2019	
13108	Batterie du Pradeau dite aussi la Tour Fondue	inscription le 27/07/1989	
13130	PDA Fort Sainte-Agathe (ancien)	Inscription le 14/12/1927	
13122	PDA Redoute de l'Alyacastre (ancien)	inscription le 14/12/1927	
13058	PDA Batterie du Lequin(ancienne)	inscription le 20/01/1989	
13039	PDA Batterie du bon Renaud (ancienne)	Inscription le 20/01/1989	
13036	Batterie de Galéasson (ancienne)	Inscription le 20/01/1989	
13115	Fort du Grand Langoustier	inscription le 20/01/1989	
13142	Batterie des Mèdes (ancienne)	Inscription le 20/01/1989	

13126	Fort du Petit Langoustier	inscription le 20/01/1989	
13158	Fort de la Repentance	inscription le 20/01/1989	
13028	Batterie de l'Est (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
13042	Batterie du Nord (ancienne)	inscription le 20/01/1989	
13041	Batterie du Sud (ancienne)	Inscription le 20/01/1989	
13001	Maison, 20 rue Gambetta	inscription le 16/12/1998 ; classement le 06/12/2000	Ollioules (3)
13183	Oppidum celto ligure de la Courtine	Inscription le 14/12/1949 ; inscription le 31/01/1949	
13098	Eglise paroissiale Saint-Laurent	Classement le 11/10/1982	
13203	Villa l'Artaude	Classement le 29/12/1987	Le Pradet (1)
12969	Tour sarrasine	Inscription le 10/01/1964	Le Revest-les-Eaux (1)
13148	Fort de Balaguier (ancien)	Inscription le 17/03/1975	La Seyne-sur-Mer (4)
13064	Port Levant	Inscription le 03/11/1987	
13124	Eglise Notre-Dame du Bon Voyage	Inscription le 02/12/1988	
	Fort Napoléon	Arrêté du 7 octobre 2019	Six-Fours-les-Plages (4)
26356	PDA de la villa Cécile	arrêté du 15/04/2014	
13102	Phare du Grand Rouveau	Inscription le 19/09/2012	
12996	Chapelle Notre-Dame de la Pépiole	Inscription le 30/01/1967	Toulon (10)
13113	Eglise paroissiale Saint-Pierre es Liens	classement le 31/12/1840	
13100	Cercle naval (ancien)	inscription le 08/02/2018	
13208	PDA du Fort Saint-Louis et du jardin de Rocaille	inscription le 29/11/1948	Toulon (10)
13137	Caserne retranchée du Faron	inscription le 14/09/2015	
13171	Retranchement dit crémaillère du Faron	Inscription le 15/03/2016	
13112	Tour Beaumont	Inscription le 24/02/2014	
13209	PDA du fort de la Grosse Tour	Classement le 11/04/1947	
13215	PDA de la Vasque	Inscription 12/10/1973	

13210	PDA du Fort du Grand Saint-Antoine	Inscription 27/02/2014	
13220	PDA de Toulon centre-ville : SPR de Toulon	Inscription le 24/02/1926 ; classement le 09/05/1914	
13216	PDA de l'Ecole des Trois-Quartiers	inscription le 10/12/2007	
13044	Eglise paroissiale Saint-Jean-Porte-Latine	inscription le 13/04/1944	La Valette-du-Var (2)
13155	Bastide d'Orvès et son jardin	inscription le 08/07/1993	
13068	Chapelle Saint-Louis ou chapelle des Mécanisiens	inscription le 10/05/1990	Saint-Mandrier-sur-Mer (1)

3 Sites Patrimoniaux Remarquables

Code du site	Nom du site	Evènement	Superficie (ha)
54392	SPR de Toulon : Périmètre global	28/05/2014	199,76
54393	SPR de La Seyne sur mer : Périmètre global	24/10/2016	249,04
54396	SPR de Hyères : Périmètre global (continent et Porquerolles)	02/04/2019	567,81

12 Sites Inscrits sur le territoire de la Métropole

Identifiant du site	Nom du site	Date de classement	Superficie (ha)
93I83003	Oratoire de Carqueiranne et les trois pins qui l'entourent	25/04/1938	0
93I83008	Plan d'eau de la darse vieille à Toulon et abords	27/11/1939	19
93I83010	Arbres situés aux abords du site de l'église de Carqueiranne	12/03/1941	0
93I83014	Colline du vieux château à Hyères	24/08/1942	13
93I83018	Place d'Armes de Toulon	02/03/1945	1
93I83020	Collines du Mont Faron	10/03/1947	16
93I83021	Vallon des Hirondelles à Toulon	10/03/1947	32
93I83024	Plage de Marégau à Saint Mandrier sur Mer	12/07/1948	56
93I83025	Ile de Bagaud	20/01/1989	19,63
93I83056	Presqu'îles de Giens	23/08/1974	278
93I83058	Iles de Porquerolles	16/12/1965	1285

1 Aire d'Adhésion de Parc National (PN) sur le territoire de la Métropole

<i>Nom du Parc</i>	<i>Superficie (ha)</i>
Aire d'adhésion du Parc National de Port Cros	129 877,87

9 Sites Natura 2000 (ZSC et ZPS)

<i>Identifiant du site</i>	<i>Nom du site</i>	<i>Date arrêté préfectoral</i>	<i>Type</i>	<i>Superficie (ha)</i>
FR9301613	Rades d'Hyères	Arrêté du 26/06/2014	ZSC	48 165,77
FR9301622	La plaine et le massif des Maures	Arrêté du 21/01/2014		34 221,48
FR9301997	Embiez – Cap Sicie			12 359,1
FR9302001	Lagune du Brusc			504,48
FR9301610	Cap Sicié – Six Fours	Arrêté du 26/06/2014		1 333,96
FR9301608	Mont Caume - mont Faron - forêt domaniale des Morières	Arrêté du 26/06/2014		11 304
FR9310020	Iles d'Hyères	Arrêté du 02/06/2010	ZPS	47 843,99
FR9312008	Salins d'Hyères et des Pesquiers	Arrêté du 27/08/2003		960,22
FR9312016	Falaises du Mont Caume	Arrêté du 03/11/2005		11 339,48

Art L581-7 CE

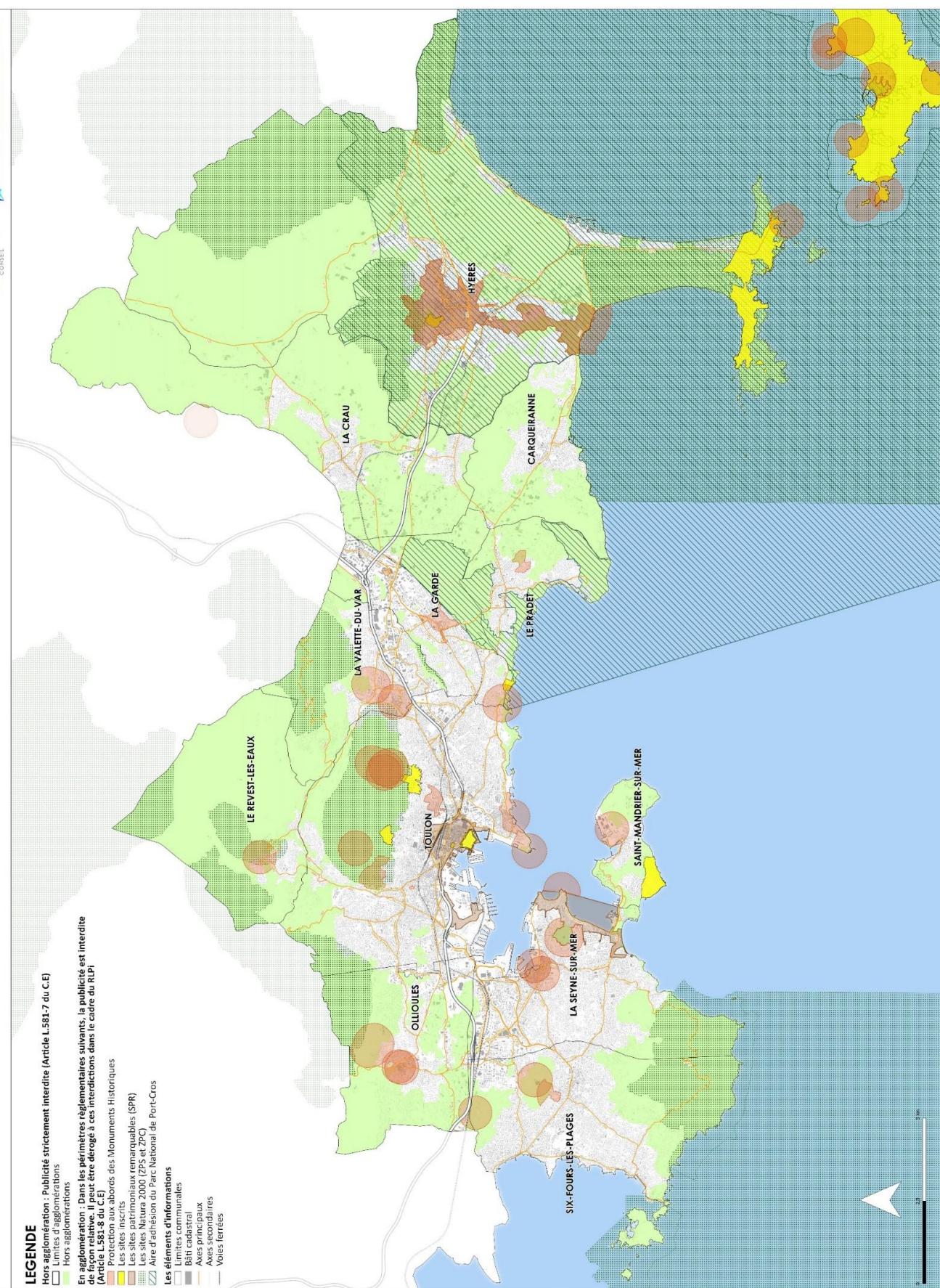
La publicité peut être autorisée par le Règlement Local de Publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Les cartes de synthèse des périmètres règlementaires inventoriés sur chaque commune sont jointes en annexe 1 du présent document.

LES PÉRIMÈTRES D'INTERDICTIONS RELATIVES DE PUBLICITÉ

LEGENDE

- Hors agglomération : Publicité strictement interdite (Article L 581-7 du C.E)
- Limites d'agglomérations
- Hors agglomérations
- En agglomération : Dans les périmètres réglementaires suivants, la publicité est interdite de façon relative, il peut être dérogé à ces interdictions dans le cadre du RPI (Article L 581-8 au C.E)
- Protection aux abords des Monuments Historiques
- Les sites inscrits
- Les sites patrimoniaux remarquables (SPR)
- Les sites Nature 2000 (ZPS et ZPC)
- Aire d'adhésion du Parc National du Port-Cros
- Limites communales
- Bâti cadastral
- Axes principaux
- Axes secondaires
- Voies ferrées



1.3. Les dispositions applicables à l'ensemble des agglomérations de la Métropole Toulon Provence Méditerranée (dans le respect des conditions définies à l'article L581-4 du CE)

1.3.1. Les dispositifs spécifiques interdits

Le RNP définit des dispositifs spécifiques interdits dans l'ensemble des agglomérations, quelle que soit leur typologie.

Ainsi, la publicité ne peut être apposée :

- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) ; Art R581-27 CE
- sur les arbres ; Art R581-4 CE
- sur 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 ; Art R581-22 CE
- 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 ; Art R581-22 CE
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; Art R581-22 CE
- sur les murs de cimetière et de jardin public. Art R581-22 CE

A titre informatif, il est rappelé que le Code de la route interdit la publicité sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière. Art R418-3 CR

1.3.2. L'implantation sur la parcelle ou le bâtiment

Art.R581-27 CR

La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout du toit.

La publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol. Art R581-27 CR



La publicité ne peut constituer une saillie sur une façade supérieure à 0,25 mètre. Art R581-28 CR

Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres 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 de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Art R581-33 CR

1.3.3. La règle nationale de densité

Sur le domaine privé : Art R581-25 CE

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 mètres linéaires.

Par exception, il peut être installé :

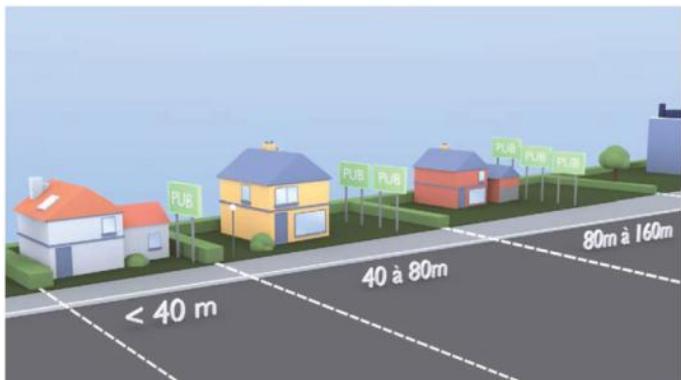
- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires.

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

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires dont l'inter-distance doit être de 100 mètres.



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Sur le domaine public :

Art R581-25 CE

Maximum 1 dispositif 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 mètres linéaires.

+ 1 dispositif publicitaire additionnel par tranche de 80 mètres supplémentaires d'unité foncière.

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires qui doivent être au minimum espacées de 100 mètres.

1.3.4. *Le graphisme*

Art.R581-39 CE

Sur toiture, la publicité lumineuse 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.

1.3.5. *La publicité lumineuse*

La famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :

- La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- La publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- La publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Ces trois catégories de publicité sont soumises à une règle commune, l'extinction nocturne, et à des règles qui leur sont propres.

• *La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence*

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caisson lumineux, panneaux vitrines.

Les dispositifs muraux éclairés par projection ou transparence sont limités à une surface de 10,5 m² maximum et une hauteur de 7,5 m, pour une agglomération de plus de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP. Les horaires d'extinction sont laissés à l'appréciation des auteurs du RLP qui peuvent les différencier en fonction des zones qu'ils auront instituées. Si les communes membres de l'unité urbaine ne sont pas couvertes par un RLP, les publicités éclairées par projection ou transparence ne sont soumises à aucune obligation d'extinction nocturne.

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

• *Les autres publicités lumineuses*

Cette catégorie de dispositifs lumineux est principalement constituée par les néons, souvent installés sur les toitures. Ils sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.

Les dispositifs lumineux sur support ne peuvent :

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

Enfin, la publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (Art. R.581-37 CE).

Les dispositifs lumineux scellés au sol présentent les mêmes interdictions que les publicités non lumineuses scellées au sol. Seul l'article R.581-32 du Code de l'environnement relatif aux surfaces et hauteurs maximales ne s'applique pas aux publicités lumineuses scellées au sol car les publicités lumineuses ont leurs propres règles de surface et de hauteur.

Les autres dispositifs lumineux muraux ou scellés au sol sont limités à une surface de 8 m² maximum et une hauteur de 6 m pour une agglomération de plus de 10 000 habitants appartenant à une unité de plus de 100 000 habitants.

Surface, hauteur et caractéristiques des autres dispositifs lumineux sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

Une publicité lumineuse non-numérique peut donc être installée sur la toiture ou la terrasse de tout bâtiment, quelle que soit la hauteur de celui-ci. La hauteur de la publicité est en rapport avec la hauteur de la façade de l'immeuble selon la règle suivante :

- Lorsque la façade de l'immeuble est inférieure ou égale à 20 m de hauteur, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/6^{ème} de la hauteur de la façade et, dans tous les cas, 2 m ;
- Lorsque la façade de l'immeuble est supérieure à 20 m, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/10^{ème} de la hauteur de la façade et dans la limite de 6 m.

L'article R.581-39 du code de l'environnement précise les caractéristiques esthétiques des autres dispositifs lumineux en toiture. Ils ne peuvent être réalisés qu'au moyen de lettres et signes découpés. Tout panneau de fond, quand bien même il serait partiel, est donc exclu. Les logos comportant un fond ne peuvent être autorisés. Les fixations de ces lettres et signes découpés doivent être dissimulées. Aucune structure ne doit être visible, ni individuelle, ni collective (barres métalliques reliant les lettres les unes aux autres par exemple). Seul un bandeau technique peut dissimuler les supports de base, ce bandeau n'excédant pas 0,50 m de haut.

Extinction nocturne :

Les règles d'extinction des autres luminaires sont les mêmes que celles des publicités lumineuses numériques.

• *La publicité lumineuse numérique*

La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo.

Publicité numérique sur support :

Comme les publicités lumineuses non numériques, les publicités numériques installées sur un support ne peuvent :

- 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.

La publicité numérique doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (R.581-37 CE), sans qu'il soit précisé de saillie maximum, à la différence des publicités non-lumineuses. La hauteur minimum de 0,50 m par rapport au sol n'est pas évoquée.

Publicité numérique supportée par le mobilier urbain :

Le mobilier urbain peut supporter à titre accessoire de la publicité numérique lorsqu'il est installé dans les agglomérations dont la population est supérieure ou égale à dix mille habitants. Il ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'habitation située sur un fond voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci (Art. R.581-42). La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique. Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du RLP.

Formats :

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 m² ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol. L'article R.581-41 du code de l'environnement ajoute une prescription propre à la publicité numérique, « Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, 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 ».

Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante :

La Loi Climat et Résilience oblige l'extinction des publicités lumineuses entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports et des marchés d'intérêt national, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral. La Métropole TPM, à travers son règlement de RLPI, se veut plus stricte et a fait le choix d'obliger cette extinction de minuit à 7h du matin.

Afin d'éviter les éblouissements, tous les dispositifs publicitaires numériques doivent être équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante. Logiquement, l'intensité des dispositifs est plus élevée lorsque l'ambiance est très lumineuse, (journée très ensoleillée) et diminue lorsque la luminosité faiblit.

1.3.6. Les bâches comportant de la publicité

Depuis le décret du 30 janvier 2012, les bâches comportant de la publicité, dont le statut manquait de précision auparavant, ont été définies et classées en deux catégories :

- Les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- Les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

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. Les bâches sont également interdites dans les cas prévus par l'article R.418-7 du Code de la route. Cette référence au Code de la route permet de fixer précisément la distance minimum à respecter : 40 m en agglomération, 200 m hors agglomération.

Les dispositions générales et interdictions pour les publicités sont également applicables pour les bâches. L'ensemble de ces interdictions ne s'applique pas aux bâtiments ou partie de bâtiments dont la démolition est entreprise ou qui ont fait l'objet d'un permis de démolir.

1.3.7. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

L'article L.581-9 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des **manifestations temporaires**. Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

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 la manifestation. Il n'est pas fixé de surface maximale, qu'ils soient apposés sur un mur support ou scellés au sol sauf pour ceux supportant de la publicité numérique dont la surface unitaire ne peut être supérieure à 50 m². Dans ce cas, et comme toutes autres publicités numériques, les dispositifs de dimensions exceptionnelles doivent être équipés d'un système de gradation de la luminosité. Ils sont soumis aux mêmes interdictions que les bâches.

1.3.8. L'affichage de petit format

Les dispositifs de petit format sont intégrés à la devanture commerciale et non à la seule baie. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures.

L'affichage de petit format n'est pas soumis à la règle de densité. Il suit deux règles propres de surface et de pourcentage maximum, qui encadrent l'implantation de ces dispositifs :

- La surface unitaire des dispositifs de petit format est inférieure à 1 m² ;
- Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2 m².

De plus, l'article R.581-57 du Code de l'environnement soumet l'affichage de petit format à la plupart des dispositions applicables aux autres publicités.

1.3.9. La publicité sur l'emprise des grands équipements sportifs

Quelle que soit la population de l'agglomération, des dispositifs publicitaires peuvent être implantés dans l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places dans des conditions d'emplacement, de surface et de hauteur dérogatoires par rapport aux règles nationales applicables aux autres publicités (art. L581-10 CE).

Les conditions d'apposition de publicité dans l'emprise des grands équipements sportifs doivent néanmoins respecter les dispositions suivantes :

- Le nécessaire lien avec une manifestation temporaire (sans condition de localisation de la manifestation) ;

- La possibilité de dispositifs installés sur toitures ou terrasses en tenant lieu, scellés au sol ou installés directement sur le sol ;
- La publicité lumineuse (dont la publicité numérique) apposée sur un mur, une façade ou une clôture, scellée au sol ou installée directement sur le sol peut s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire d'une limite maximale de 50 m². Une élévation supérieure à 10 m peut être autorisée, pour la publicité apposée sur un mur, une façade ou une clôture, compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière.

L'implantation des dispositifs au sein de ces équipements est soumise à l'autorisation du Conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'établissement public de coopération intercommunale compétent et dispose ainsi d'un large pouvoir d'appréciation au cas par cas lors de la délivrance de l'autorisation.

- L'équipement sportif concerné par ces dispositions sur le territoire métropolitain est le stade Mayol qui compte 18 200 places.



1.3.10. *L'affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations sans but lucratif – Obligation de réserver une surface minimale*

Art L581-16 CE

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre ».

La surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Communes de la Métropole Toulon Provence Méditerranée	Surface minimale à réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux associations sur chaque commune
Le Revest-les-Eaux Commune de moins de 4 000 habitants	6 m ²
Saint-Mandrier Commune de moins de 8 000 habitants	10 m ²
Carqueiranne Communes de moins de 10 000 habitants	12 m ²
La Crau, Ollioules et Le Pradet Communes de moins de 20 000 habitants	17 m ²
La Garde et La Valette-du-Var Commune de moins de 30 000 habitants	22 m ²
Six-Fours-les-Plages Commune de moins de 40 000 habitants	27 m ²
Hyères Commune de moins de 60 000 habitants	37 m ²
La Seyne-sur-Mer Commune de moins de 70 000 habitants	47 m ²
Toulon Commune de moins de 180 000 habitants	97 m ²

Art R581-3 CE

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Ils peuvent être situés sur le domaine public, en surplomb de celui-ci ou bien encore sur le domaine privé communal. Les emplacements doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

1.4. Les dispositions spécifiques applicables dans les agglomérations de l'Unité Urbaine de Toulon (UU de plus de 100 000 habitants)

Le Code de l'environnement impose des règles nationales différentes selon :

- L'appartenance ou non d'une commune à une unité urbaine (au sens de l'INSEE) de plus de 100 000 habitants.
- La présence d'une agglomération de plus ou de moins de 10 000 habitants sur la (ou les) commune(s) ;

A l'échelle de la Métropole TPM, les 12 communes membres font partie de l'unité urbaine de Toulon. Les communes n'ont toutefois pas toutes une agglomération de plus de 10 000 habitants. Les règles applicables aux communes sont donc les suivantes :

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale Art. R581-26 CE	10,5 m ²	7,5 m
Publicité scellée ou apposée au sol Art. R581-31 CE	10,5 m ²	6 m
Publicité sur mobilier urbain Art. R581-43 à 48 CE	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 10,5 m ² pour les autres	6 m
Bâches Art. R581-53 CE	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle Art. R581-56 CE	Non réglementé Interdit dans les agglomérations de – de 10 000 habitants	-
Publicité de petit format Art. R581-57 CE	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^{ème} de la surface de la devanture commerciale	-

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence et publicité numérique

	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale Art. R581-26 CE	8 m ²	6 m
Publicité scellée ou apposée au sol Art. R581-31 CE	8 m ²	6 m
Publicité sur mobilier urbain Art. R581-43 à 48 CE	2m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche et 8m ² pour les autres Cas particulier : l'affichage publicitaire numérique sur mobilier urbain est interdit dans les agglomérations de – de 10 000 habitants	6 m
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle Art. R581-56 CE	50 m ² Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-

Publicité sur toiture Art- R581-38 CE	Non réglementée	Fonction de la hauteur de la façade
--	-----------------	-------------------------------------

En l'absence de RLPI, des communes au profil urbain et paysager différents sont soumises à des règles nationales identiques du fait de leur intégration à l'unité urbaine de Toulon. Un des enjeux du RLPI sera d'adapter le traitement de l'affichage à la réalité du territoire.

DISPOSITIONS APPLICABLES AUX AGGLOMÉRATIONS SELON LE POID DE POPULATION

LEGENDE

Agglomérations

Limites d'agglomérations

Agglomérations de moins de 10 000 habitants

Agglomérations de plus de 10 000 habitants

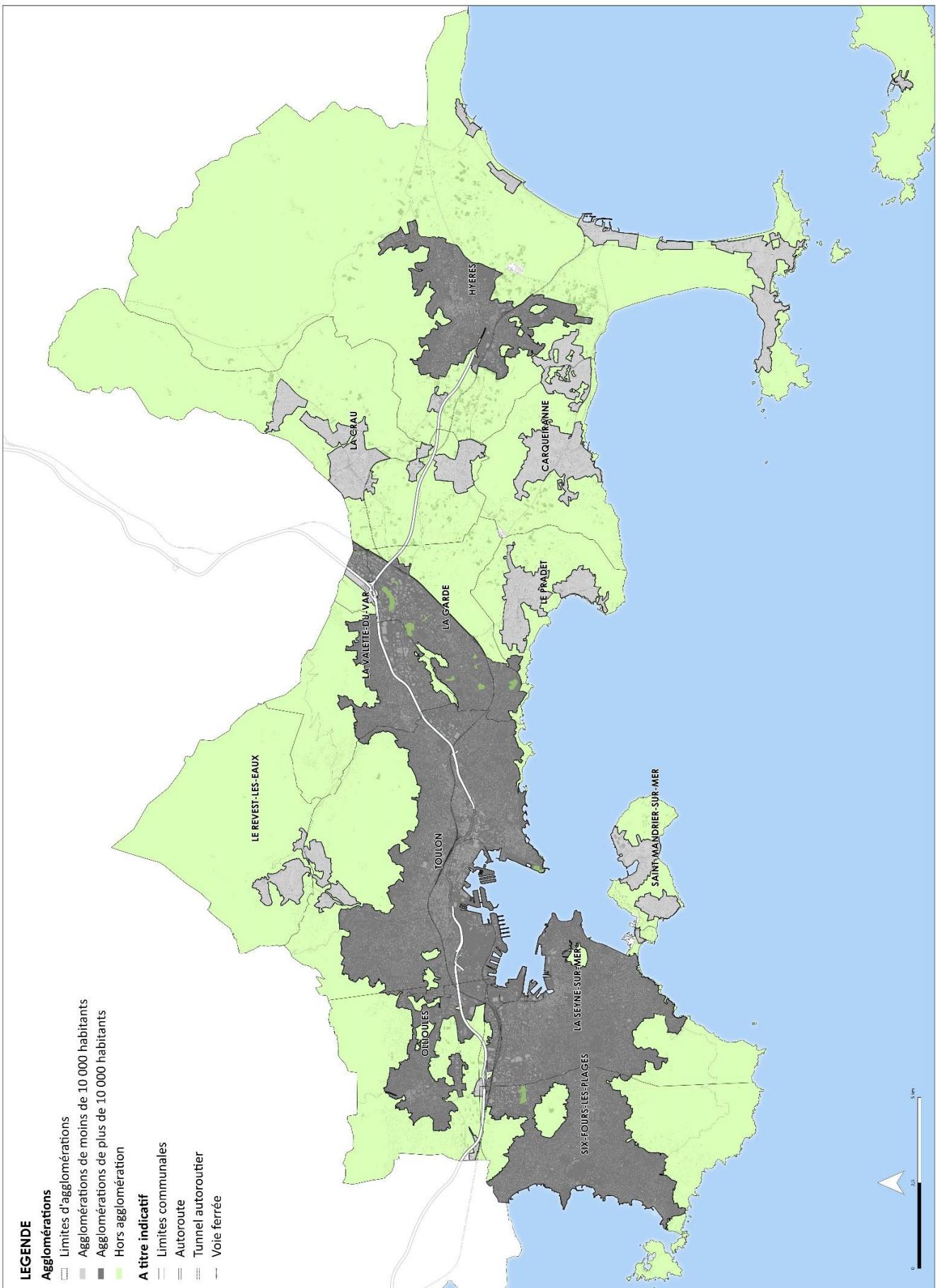
Hors agglomération

Limites communales

Autoroute

Tunnel autoroutier

Voie ferrée



2. Le régime des enseignes

2.1. Les dispositions applicables à l'ensemble des agglomérations de la Métropole Toulon Provence Méditerranée

Les dispositions du RNP applicables aux enseignes sont différentes selon leur mode d'implantation : sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, posées à plat ou perpendiculairement à un mur ou scellées au sol ou directement installées sur le sol. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

2.1.1. Les dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou un balcon ; Art R581-61 CE
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence. Art R581-59 CE

2.1.2. L'implantation

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit. Art R581-60 CE

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur Art R581-61 CE

Saillies :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètre ; Art R581-60 CE
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètre ; Art R581-60 CE
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres. Art R581-61 CE

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres 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. Art R581-64 CE

2.1.3. Les enseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Art R581-62 CE

Enseignes installées sur toiture ou terrasse : lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, 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.

Dans ce cas, les panneaux de fond ont une hauteur limitée à 0,50 mètre. La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres.

Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, la hauteur des enseignes ne doit pas dépasser 20 % de cette hauteur dans une limite de 6 m. La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m² à l'exception des établissements culturels, c'est-à-dire les salles de cinéma, les salles de spectacle et les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques.

2.1.4. Les enseignes lumineuses

Art R581-59 CE

Concernant les enseignes lumineuses (Art. R581-59 CE), elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Il n'y a pas de distinction entre les typologies d'agglomérations.

Toutefois, 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.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

2.1.5. Le régime des enseignes en façade

La surface cumulée des enseignes murales parallèles et/ou perpendiculaires ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

2.1.6. Le régime de l'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les dispositions régissant les conditions d'implantation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont implantées.

Ainsi, comme la publicité scellée au sol, lorsque l'enseigne fait plus de 1 m², elle ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Toutefois, deux enseignes peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Une règle de densité, distincte de celle de la publicité, s'applique lorsqu'elle fait plus de 1 m². Ainsi, elle est limitée à un dispositif simple ou double face, placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

- **Règle applicable sur l'ensemble de la Métropole Toulon Provence Méditerranée (pas de distinction entre les unités urbaines contrairement à la publicité)**

Les dispositions spécifiques applicables hors agglomérations et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol Art. R581-64 CE Art. R581.65 CE	6 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur $\geq 1\text{m}$ 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non règlementées

2.2. Les dispositions spécifiques applicables aux agglomérations de plus de 10 000 habitants

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol Art. R581-64 CE Art. R581.65 CE	10,5 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur $\geq 1\text{m}$ 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non règlementées

3. Le régime des dispositifs temporaires (enseignes et préenseignes)

Les enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Art R581-69 CE

3.1. Les enseignes temporaires

Elles suivent les règles d'extinctions lumineuses des enseignes permanentes.

Art R581-70 CE

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit.

Art R581-70 et 60 CE

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Saillies :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres Art R581-70 et 60 CE
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10^{ème} de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres Art R581-70 et 61 CE

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres 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. Art R581-64 CE

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m²). Art R581-70 et 62 CE

La surface des enseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 12 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol. Art R581-70 CE

3.2. Les pré-enseignes temporaires

Hors agglomération, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si

Art R581-71 CE et arrêté du 23 mars 2015

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur ;
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation.
- Leur hauteur (panneau inclus) n'excède pas une hauteur de 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol.
- Le mât est mono-pied et sa largeur n'excède pas 15 cm.

VI. Les plans et programmes avec lesquels le RLPI doit être compatible

1. La Charte du Parc National de Port-Cros

« Le cas échéant, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L.331-3. »

Art. L.581-14 du CE

Trois communes sont concernées en partie par le Parc National de Port-Cros :

- **Hyères** : Cœur du Parc et Aire d'adhésion
- **Le Pradet et La Garde** : Aire d'adhésion

Les dispositions du règlement local de publicité intercommunal devront être compatibles avec la charte en vigueur.



Six grandes ambitions y sont définies :

- Préserver et mettre en valeur le patrimoine naturel, culturel et paysager littoral, maritime et insulaire
- Préserver la biodiversité et les fonctions des milieux naturels terrestres et marins
- Soutenir un développement local durable, valorisant les potentialités du territoire et respectant ses capacités
- Promouvoir un aménagement durable et une mobilité apaisée
- Préparer l'avenir en investissant sur la recherche, l'innovation et l'éducation au développement durable et en anticipant les évolutions du territoire
- Développer une approche intégrée terre / mer par une coopération renforcée, une articulation des outils et une solidarité d'action entre acteurs

Ces six ambitions sont déclinées en orientations et objectifs.

Les orientations et mesures de la Charte du Parc National en lien avec l'affichage publicitaire sont contenues dans l'Orientation 4.1 : « Promouvoir un aménagement qui valorise les paysages exceptionnels de l'entre terre et mer »

Parmi les mesures partenariales, la mesure 4.1.7, « *Déployer sur le territoire une signalétique performante pour l'économie touristique et valorisante pour l'image du territoire, en harmonisant et en améliorant la qualité des dispositifs de publicité, des enseignes et des pré enseignes* » concerne directement le projet de RLPI.

Extrait de la charte (Page 193) :

« ... les communes de l'aire d'adhésion qui souhaitent maintenir la publicité dans leur agglomération doivent élaborer des règlements locaux de publicité. La réintroduction de la publicité ne doit se faire qu'avec mesure et parcimonie dans l'objectif de préserver et de valoriser le caractère du parc national et d'améliorer le cadre de vie, de protéger les secteurs d'intérêt patrimonial, architectural ou paysager et de spécifier une homogénéisation des enseignes.

Les règlements locaux de publicité devront ainsi limiter le nombre, veiller à l'implantation et recourir à des formats aussi limités et harmonieux que possible des dispositifs de publicité, enseignes et préenseignes. L'objectif est de limiter les formats de publicité à 4 m² pour l'aire d'adhésion.

Dans la mesure du possible, la réflexion sur la publicité s'élaborera dans une démarche intercommunale afin de donner une cohérence au territoire et éviter le phénomène de report des dispositifs sur les communes voisines. »

VII. Les dispositions des RLP communaux

1.1. Propos liminaires

Lorsque la Métropole Toulon Provence Méditerranée a été créé le 1^{er} janvier 2018, 9 communes étaient dotées d'un règlement local de publicité.

En application de la loi Grenelle II du 13 juillet 2010, les 6 des RLP locaux antérieurs à cette date sont devenus caducs le 13 juillet 2022, soit les RLP de Toulon, Hyères-les-Palmiers, Ollioules, La Seyne-sur-Mer, La Valette-du-Var et La Crau. Aujourd'hui seuls 3 RLP sont encore en vigueur, ceux de La Garde, Six-Fours-les-Plages et Le Pradet.

Leur analyse au sein du présent document constitue un outil d'identification du territoire permettant d'établir le diagnostic de la publicité et des enseignes. En effet, leurs dispositions peuvent constituer une source d'inspiration pour l'élaboration du RLPI. Une synthèse de leur analyse sera présentée dans les pages suivantes ; le détail figure en annexe du RLPI.

1.2. Des documents pour la plupart anciens

La particularité d'une majeure partie des RLP communaux de TPM est d'avoir été adoptés avant la réforme du droit de la publicité extérieure introduite par la loi du 12 juillet 2010.

L'ancienneté des RLP engendre une inadéquation du zonage avec la réalité urbaine des communes considérées en raison de l'évolution progressive des territoires. A cet égard, plusieurs règlements ont institué des zones de publicité autorisées (ZPA) hors agglomération. Depuis la loi Grenelle cette dérogation n'existe plus, hormis à proximité immédiate de certaines gares et centres commerciaux. Par conséquent, les ZPA des RLP devront soit être intégrées au périmètre d'agglomération, si l'évolution de l'urbanisation le justifie, soit en être exclues et faire ainsi l'objet d'une interdiction stricte de publicité.

De plus, la plupart des règlements ont limité le format de la publicité à 12m², ce qui constituait, au moment de leur rédaction, une mesure plus restrictive que le règlement national qui permettait un format de 16m². Le format maximal admis par la réglementation nationale s'élève, depuis le décret du 30 octobre 2023, à 10.5m².

En outre, l'analyse des RLP montre que très peu tiennent compte des nouveaux procédés de publicité, telles que la publicité lumineuse ou les enseignes numériques et des problématiques qui les accompagnent : éblouissement, extinction nocturne, consommation énergétique...

1.3. Des dispositions intéressantes à généraliser

L'analyse a montré que des dispositions que l'on retrouve dans les RLP communaux pourraient être intéressantes à généraliser à l'échelle de la Métropole. Il en va ainsi de la mesure interdisant la publicité scellée au sol aux abords des ronds-points. Cette mesure évite l'encombrement de la publicité en des lieux où l'attention des usagers des voies doit être la plus soutenue. Par ailleurs, les ronds-points constituent pour certains des portes d'entrées sur les territoires, et doivent ainsi être considérés comme des espaces vitrines à préserver de l'affichage extérieur pour privilégier les vues sur le paysage traversé.

De plus, de nombreux RLP comportent des règles de densité visant à limiter l'accumulation de dispositifs publicitaires, en particulier le long des voies routières.

En matière d'enseignes, on note un encadrement fort des enseignes en toiture, particulièrement impactant dans le paysage. Ces dernières sont en effet à minima interdites au sein d'une zone, voire plusieurs, dans la majorité des RLP communaux.

La plupart des RLP communaux montre une volonté de réduction du nombre et du format des enseignes en façade et au sol. Cette volonté se traduit par l'inscription d'un nombre maximal de dispositifs par activité et d'un format particulièrement restrictif dans certains secteurs de centralités.

Chapitre 3 : Diagnostic de la situation de la publicité extérieure sur le territoire

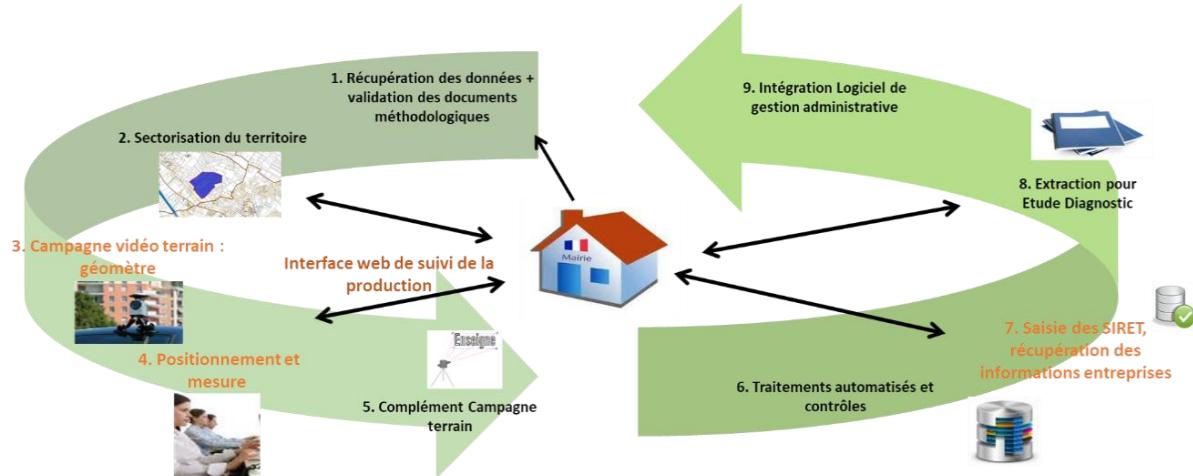
I. Préambule

La publicité extérieure se présente sous de multiples formes : enseignes géantes des centres commerciaux, mobiliers urbains dans le centre des villes, grands panneaux publicitaires le long des axes de circulation, dispositifs lumineux, banderoles temporaires, etc...

Quelles que soient les dimensions et les formes qu'elles prennent, les enseignes, les publicités et les préenseignes ont un impact sur le paysage, puisque sa lecture s'en trouve modifiée. Afin que le RLPi remplisse son rôle d'adaptation de la publicité extérieure aux caractéristiques paysagères locales, une partie des études préliminaires tient à l'observation sur le terrain des dispositifs existants. Cette étude permet de juger la pression publicitaire globale sur la Métropole puis, secteur par secteur, d'identifier les lieux où enseignes et publicités sont incongrues et ceux dans lesquels elles trouvent leur place, d'apprecier la qualité du dispositif et la façon dont il est implanté.

1. Méthodologie d'inventaire

Un inventaire représentatif de plus de 2000 dispositifs de publicités et préenseignes a ainsi été réalisé en mars 2021 afin d'identifier le profil type des dispositifs existants sur le territoire, leurs caractéristiques (type, format) et de mettre en évidence les principaux secteurs concernés par l'affichage publicitaire. Il a été réalisé à partir d'un relevé vidéo géoréférencé utilisant la technologie *ImajBox*.



Méthodologie Imajbox

Cet inventaire s'est porté sur les secteurs stratégiques en matière d'affichage publicitaire :

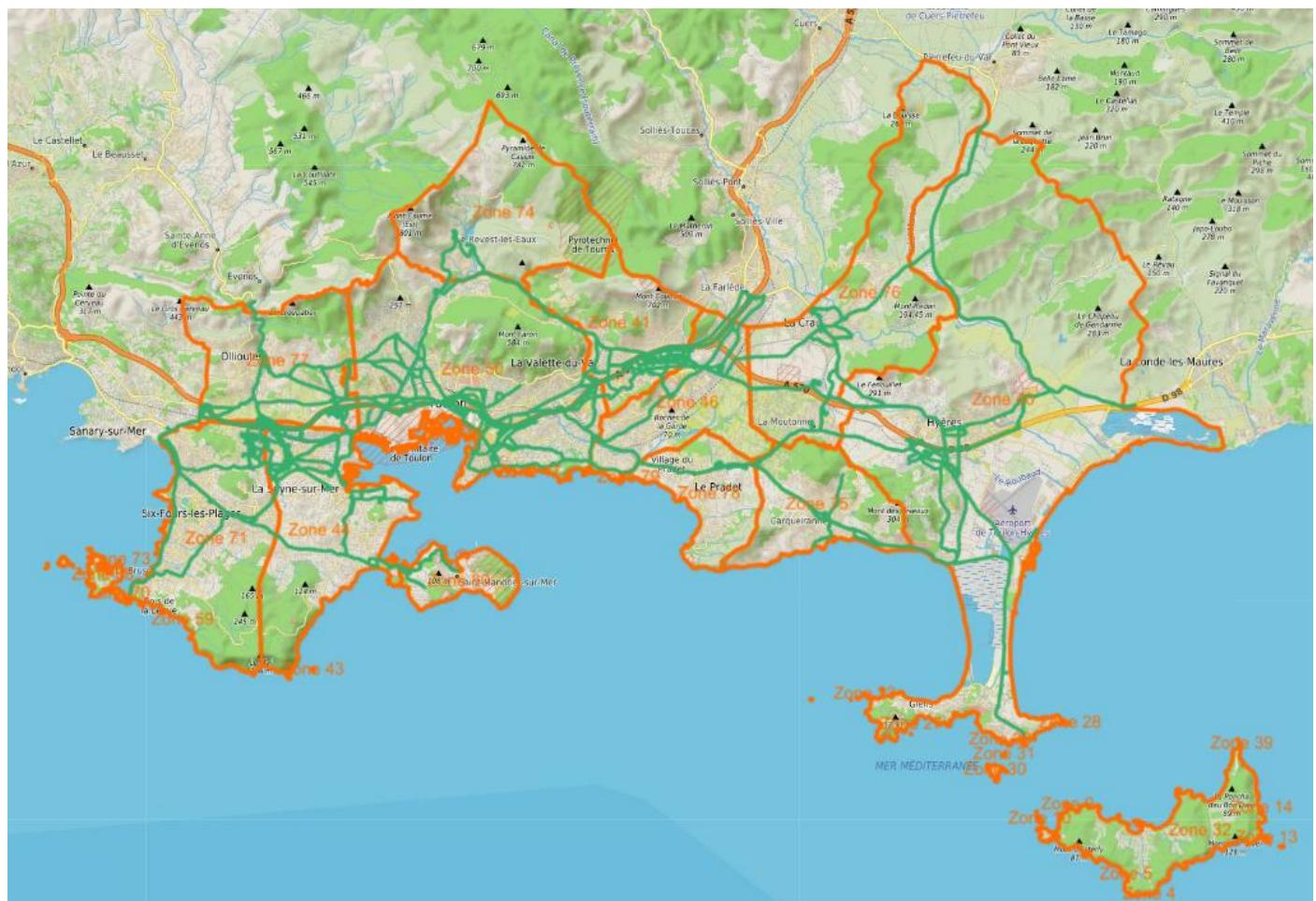
- les principaux axes routiers traversant le territoire : routes de catégorie 1, 2 et 3 (autoroutes/route express, voies primaires et voies secondaires), en agglomération et hors agglomération ;
- les zones commerciales et pôles d'activités.

Ont été ciblés les dispositifs de plus de 1 m².

Pour chacun d'eux, les informations suivantes ont été récoltées / mesurées :

- Type de support : scellé au sol, sur mur, sur clôture, sur mobilier urbain.
- Nombre de faces

- Hauteur au sol
- Largeur, longueur, surface du dispositif (affiche + encadrement)
- Dispositif numérique ou non



En vert les axes inventoriés ; les zones correspondent aux différentes communes du territoire ; Source : SOGEFI 2021

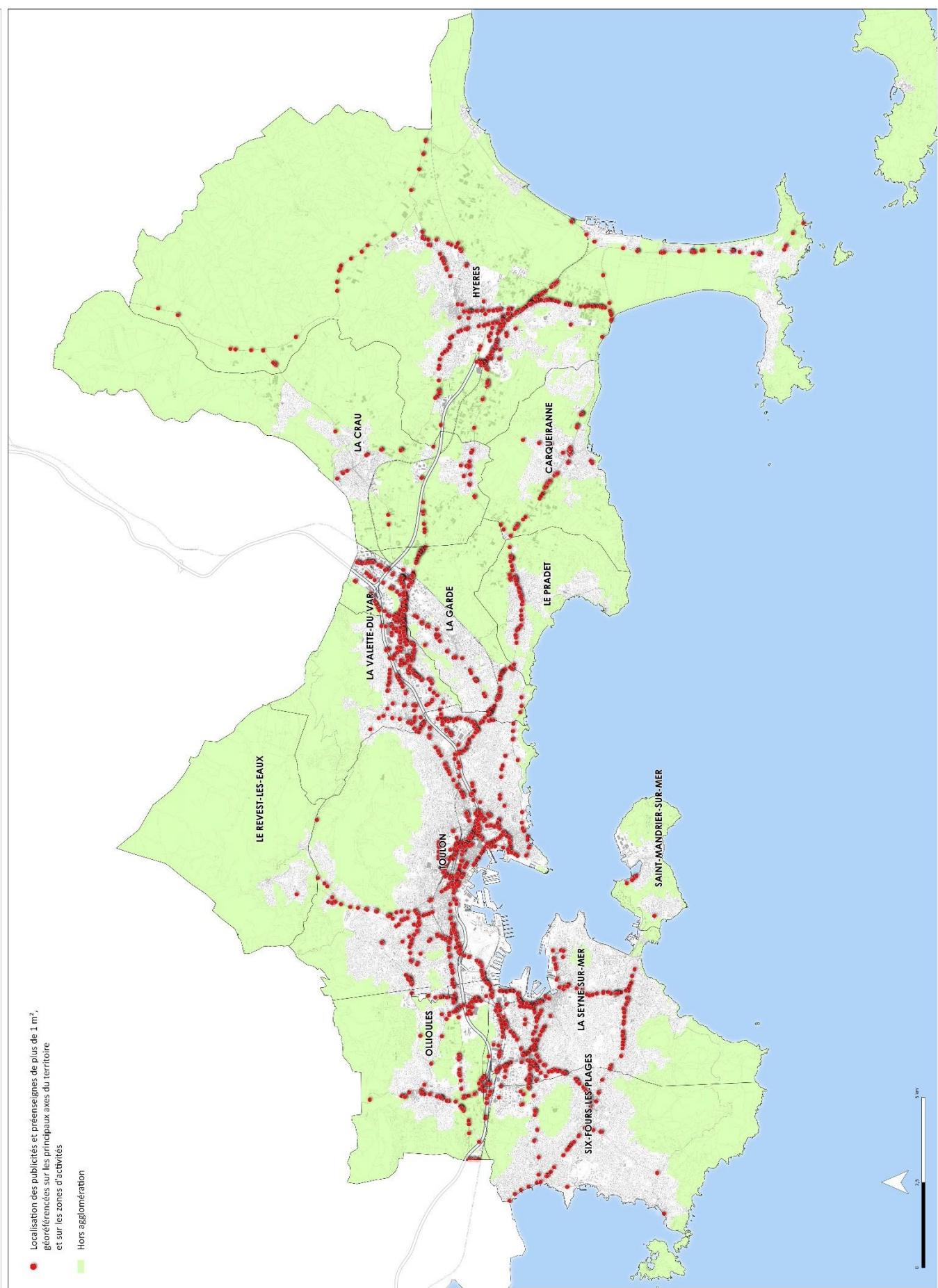
2. Résultats

Au total, **2100 supports** de plus de 1 m² ont été inventoriés sur les secteurs ayant fait l'objet du recensement. Ceux-ci représentent une **surface cumulée de 17 600 m² d'affiches publicitaires ou préenseignes**, pour environ 560 établissements identifiés.

ETAT DES LIEUX DE L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Localisation des publicités et préenseignes de plus de 1 m²,
géolocalisées sur les principaux axes du territoire
et sur les zones d'activités

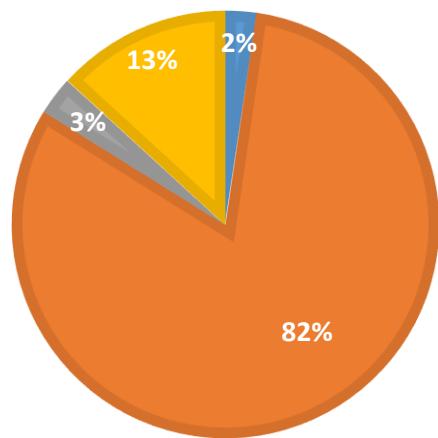
Hors agglomération



La grande majorité des dispositifs est aujourd'hui scellée ou apposée au sol. Ceux-ci représentent plus de 80% des dispositifs inventoriés, alors que ceux sur les murs de bâtiment ou de clôture représentent moins de 5% des supports utilisés.

TYPE DE SUPPORTS UTILISÉS

■ Sur mur de bâtiment ■ Au sol ■ Sur clotûre ■ Sur abris bus

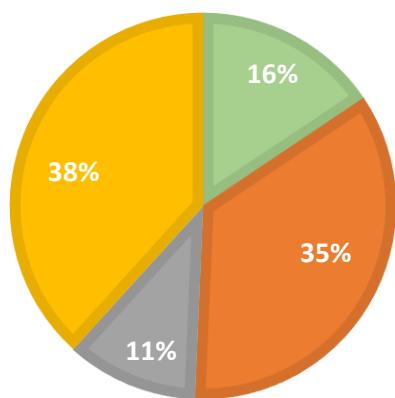


Près de 15% des dispositifs inventoriés ont une surface unitaire (une face) de moins de 2 m², encadrement compris.

Les dispositifs de grand format (plus de 8m²) représentent environ 40% des dispositifs.

DIMENSION DES DISPOSITIFS INVENTORIÉS

■ Moins de 2m² ■ Entre 2 et 4m² ■ Entre 4 et 8m² ■ Entre 8 et 12m²



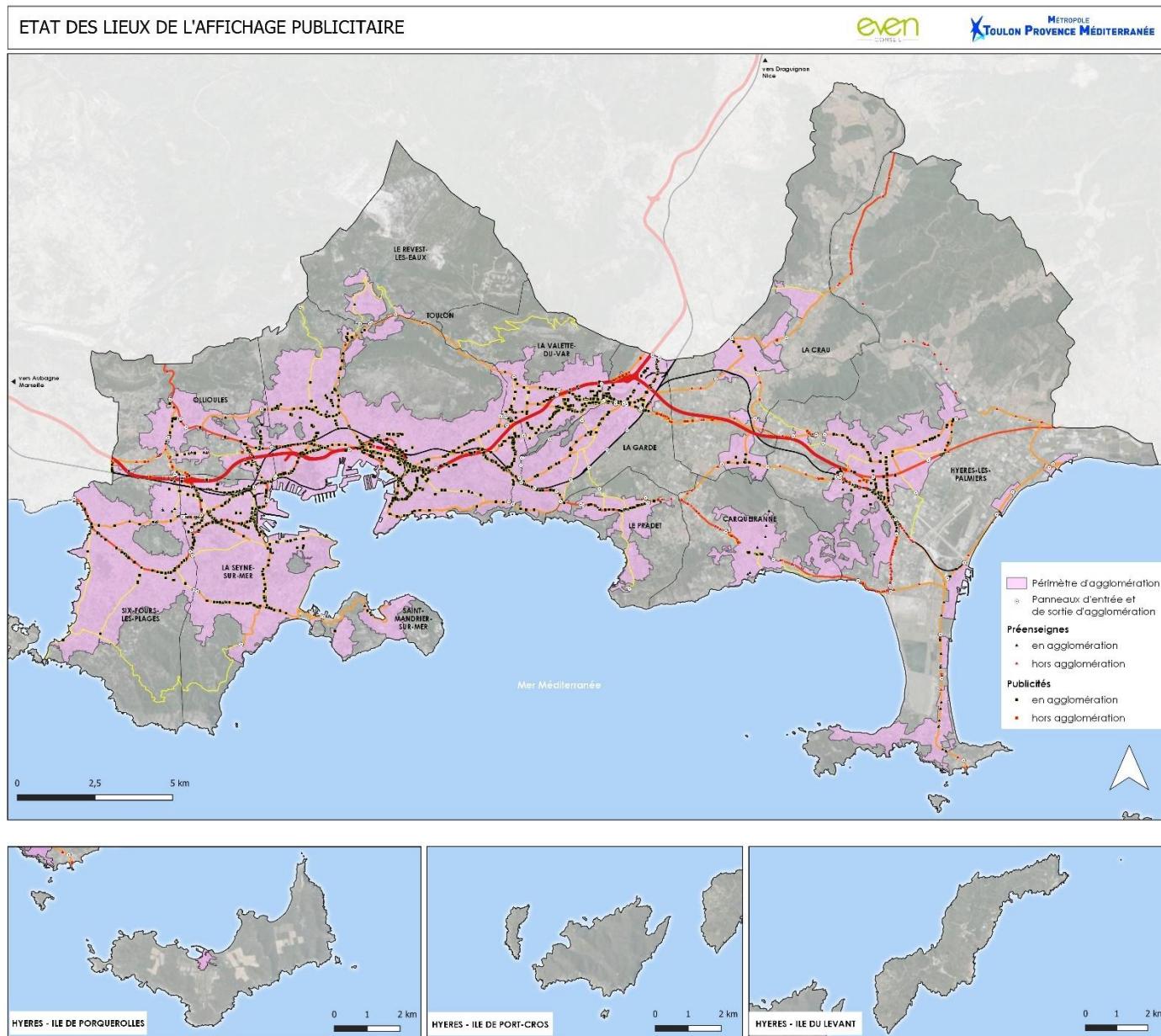
Au regard du nombre de dispositifs concernés et de leur impact paysager, une attention particulière devra être portée sur les dispositifs scellés ou apposés au sol et notamment ceux de grand format.

3. Analyse spatiale

A partir de l'inventaire publicitaire, un travail de pondération a été réalisé afin d'identifier plus précisément les secteurs impactés par l'affichage publicitaire. Il a permis d'intégrer une approche sensible au SIG, qui est venue compléter l'approche paysagère menée en phase de terrain.

Le résultat de cette pondération est spatialisé sur la carte présentée ci-dessous.

Méthodologie de pondération : un buffer a été défini autour de chaque dispositif inventorié, d'une taille corrélée à celle du dispositif publicitaire (plus le dispositif est grand, plus le buffer est large). Plus il y a de dispositifs de grande taille, plus les buffers se croisent et plus on va donc vers une représentation graphique foncée. Ainsi, les îlots ou linéaires les plus foncés représentent les secteurs où se concentrent le plus de dispositifs de grande dimension.



Cette cartographie a permis de mettre en évidence des secteurs relativement bien préservés de l'affichage publicitaire et des préenseignes

3.1. Des secteurs relativement bien préservés de l'affichage publicitaire et des préenseignes

Ces secteurs sont préservés soit au regard des usages existants, soit au regard des règles applicables dans les RLP en vigueur. Ils concernent essentiellement :

- Des communes dans leur ensemble ou certaines agglomérations (agglomération principale)

- Les centres-villes, centres-villages
- Les espaces résidentiels

Dans ces secteurs, l'affichage publicitaire et les préenseignes sont absentes ou peu nombreuses et généralement de format réduit (1 à 2 m²).



Saint-Mandrier



Le Revest



La Crau



Six-Fours

Figure 35 : Exemples d'espaces préservés de l'affichage publicitaire

3.2. Des secteurs à forte densité de publicités ou préenseignes

Ils concernent essentiellement :

- Les zones commerciales et pôles d'activités : les zones Industrielles de Toulon Est, des Playes, de Bregaillon, de Camp Laurent, les zones d'activités des Plantades, de La Pauline, des Fourches, de Quiez, les zones commerciales de Grand Var & Avenue 83...
- Les principaux axes routiers du territoire, secteurs où se concentrent le trafic routier quotidien ainsi que les accès vers les zones commerciales : D559 (Toulon, La Garde, Carqueiranne et Le Pradet), D559a et D197 (Hyères), D98 (La Garde), D46 (La Valette-du-Var, D11 (Ollioules), Avenue de la 1ere armée Française (La Seyne-sur-Mer), abords des autoroutes, etc...

Cette densité est marquée par la visibilité de plusieurs dispositifs en même temps, généralement de grande taille et relativement proches les uns des autres.



Avenue de l'université – Zone commerciale Grand Var (La Garde)



D559 (Carqueiranne et La Garde)



D16 (La Seyne-sur-Mer)



D11 (Ollioules)

Figure 36 : Exemple d'espaces présentant une forte densité d'affichage

3.3. Des secteurs "intermédiaires" présentant ponctuellement de l'affichage

L'implantation des dispositifs concerne tous types de milieux urbains : des traversées de village, des quartiers résidentiels, des pôles d'équipements, etc., où l'affichage publicitaire et les préenseignes sont présents de façon plus ponctuelle, visibles généralement un par un ou par doublon depuis la voie publique les bordant.



Toulon



Hyères



La Valette-du-Var

Figure 37 : Exemples d'espaces présentant un affichage ponctuel

II. Publicités et préenseignes : diagnostic par type de secteur

Le diagnostic publicitaire présenté ci-après permet de mettre en évidence les secteurs les plus impactés du territoire de la Métropole Toulon Provence Méditerranée. Ainsi, sont en particulier concernés par une forte densité d'affichage publicitaire et/ou par un impact paysager majeur :

- Certaines traversées d'agglomération, essentiellement des entrées de territoire ou des accès vers des pôles commerciaux :
 - o La D559 (entre Toulon et Le Pradet) et la D98 (vers La Crau, Hyères) à La Garde ;
 - o La D276 (Route des Loubes & Chemin de la Vilette), la D559 (Route de l'Almanarre), la D197 (Avenue de l'Aéroport) et la D559a (Chemin du Moulin premier) à Hyères ;
 - o La D559 à Carqueiranne ;
 - o La D46 à La Valette-du-Var ;
 - o La D11 à Ollioules ;
 - o L'avenue de la 1^{ère} Armée Française à La Seyne-sur-Mer.
- Les zones commerciales/pôles d'activités suivants :
 - o ZI de Toulon Est, ZA Les Plantades, ZA la Pauline, ZA Les Fourches, Grand-Var et Avenue 83 à La Garde et La Valette-du-Var ;
 - o ZI des Playes, ZI Bregaillon et Camp Laurent à La Seyne-sur-Mer et Six-Fours-les-Plages ;
 - o Le Parc d'Activités Quiez-Ollioliis, ZA de Quiez et ZA de Piedardan à Ollioules.
- Les centres-villes et quartiers résidentiels

Les cartes d'état des lieux par commune, jointes en annexe 2 du présent document, identifient les types de secteurs inventoriés sur chacune d'elles.

1. Exemple de publicités et pré-enseignes non conformes rencontrées sur le territoire de la Métropole Toulon Provence Méditerranée

L581-7 du Code de l'Environnement.

- « En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite »



Hyères



Carqueiranne



La Crau



La Crau

Art. R581-22 du CE

- « La publicité est interdite 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 »



Toulon

Article R581-22 du CE

- « Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite : [...] 3° sur les clôtures qui ne sont pas aveugles [...] ».



Ollioules



Six-Fours



Toulon

Article R581-25 du CE

- « 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 mètres linéaire. Par exception, il peut être installé :
 - soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
 - soit deux 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 mètres linéaire.

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



La Garde

Article R581-27 du CE

- « La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du niveau du sol »



Ollioules

- « La publicité non lumineuse ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit »



La Seyne- sur-Mer



Ollioules

Art. R418-6 Code de la Route

- « La publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée »



Six-Fours-les-Plages

2. Les entrées de ville et axes de transit

2.1. Secteur(s) et communes concerné(s)

Plusieurs voies à grande circulation sont concernées par une forte prégnance visuelle de l'affichage publicitaire. L'ensemble de ces axes constitue des portes d'entrée du territoire ou plus localement des entrées de ville. Ces axes sont les premières images perçues du territoire.

Sont notamment concernés les axes suivants :

- La D559 qui traverse Toulon, La Garde, Le Pradet et Carqueiranne ;
- Les D76, D276 et D554 à La Crau ;
- Avenue Pablo Picasso à La Valette-du-Var ;
- La D18 à Saint-Mandrier ;
- La D29 à La Garde ;
- La D554, l'avenue de la Gare et avenue Geoffroi Saint-Hilaire à Hyères ;
- Avenue du Maréchal Juin (D559) et la D63 à Six-Fours-les-Plages ;
- Avenue du Maréchal Alphonse Juin (D559), la D18 et la D16 à la Seyne-sur-Mer ;
- La DN8 à Ollioules ;
- La DN8, la D92, l'avenue Albert Camus, l'avenue des Moulins/Chemins du Jonquet, le boulevard de Strasbourg, l'avenue de la République et la Corniche à Toulon.

2.2. Dispositifs publicitaires présents/dominants

Le long des entrées de ville mentionnées ci-dessus, on observe la présence de panneaux publicitaires de grands formats jusqu'à 12m², essentiellement scellés au sol qui se succèdent le long des axes routiers, de part et d'autre des voies.

Deux cas de figure sont généralement rencontrés :

- Des axes où plusieurs dispositifs, notamment de grands formats, sont visibles simultanément lors de la circulation, qu'ils soient scellés au sol ou muraux.
- Des axes où la densité d'affichage est moins élevée, plus ponctuelle.

Exemples d'axes présentant une forte densité de dispositifs de grand format :



Figure 38 : Forte densité de dispositifs au sol à La Garde, le long de la D559



Figure 39 : Forte densité de dispositifs au sol à Carqueiranne, le long de la D559



Figure 40 : Forte densité de dispositifs muraux à Ollioules, le long de la D11



Figure 41 : Forte densité de dispositifs au sol à La Valette-du-Var, le long de la D46

Exemples d'axes accueillant des dispositifs plus ponctuels :



Exemples sur Hyères, D554



Exemple à Toulon, RN8



Exemple à Six-Fours-les-Plages, D559



Exemple à la Seyne-sur-Mer, D16

2.3. Impacts paysagers

Une accumulation publicitaire marque fortement l'espace urbain et engendre une première image peu qualitative du territoire sur ces entrées de ville majeures, accessibles depuis les grands axes routiers (autoroutes, routes métropolitaines...).

Les impacts sur le paysage sont relativement variables selon l'axe emprunté, la commune et la morphologie urbaine des zones traversées. Dans l'ensemble, l'impact est limité par la faible densité des dispositifs publicitaires.

Néanmoins, l'implantation d'un unique dispositif peut parfois engendrer une dégradation nette du paysage. C'est le cas lorsque l'un d'entre eux est implanté dans un espace visuellement sensible, un cône de vue sur le grand paysage et notamment vers les principaux massifs toulonnais ou sur le littoral.

Exemples de dispositifs d'affichage dégradant des points de vue sur les éléments de patrimoine naturel ou bâti emblématique :



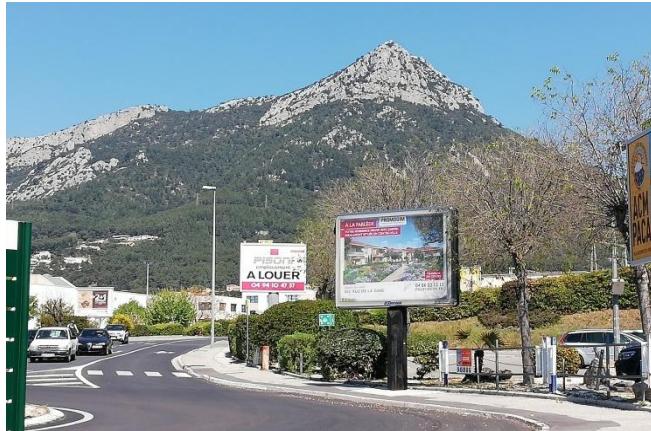
Av. Jean Rambaud – vue sur le Mont Faron (Toulon)



Av. Clovis Hugues – Vue sur le Croupatier (Toulon)



Av. des Moulins – Vue sur le Croupatier (Toulon)



Chemin des plantades – Vue sur le Mont Coudon (La Garde)



D11 – vue sur les ruines du château (Ollioules)

2.4. Tendance d'évolution en l'absence de RLPi

Sur l'ensemble des 12 communes et plus particulièrement sur les communes dont le RLP est devenu caduc, il est possible d'installer des publicités et préenseignes d'un format pouvant aller jusqu'à 10,5 m², au sol et sur mur.

Avec la caducité des dispositions des RLP communaux, les 12 communes pourraient subir une **densification publicitaire** sur leur territoire.

3. Les zones commerciales et zones d'activités

3.1. Secteurs et communes concernés

Les principales zones commerciales du territoire métropolitain sont localisées sur les communes de La Garde, La Valette-du-Var, La Seyne-sur-Mer, Six-Fours-les-Plages et Ollioules.

3.2. Dispositifs publicitaires présents/dominants

Au sein des zones commerciales sont essentiellement visibles des publicités scellées au sol ou murales pouvant atteindre jusqu'à 12m². Plusieurs dispositifs sont visibles simultanément lors de la circulation.



Figure 42 : Exemples des zones commerciales de La Garde et la Valette-du-Var





Figure 43 : Exemples des zones commerciales La Seyne-sur-Mer et Six-Fours les-Plages



Figure 44 : Exemples des zones commerciales d'Ollioules

3.3. Impacts paysagers

Les dispositifs publicitaires identifiés sur les zones commerciales sont très hétérogènes et peu harmonieux. En effet, les différences de taille et de qualité des matériaux ne participent pas à la qualité et l'attractivité des zones.

Sur les traversées de zones économiques, l'affichage publicitaire de grand format s'accumule à la densité élevée d'enseignes scellées au sol, qui se succèdent elles aussi le long des axes. Cette accumulation d'éléments visuels engendre sur ces secteurs :

- Une perte de lisibilité du paysage urbain et naturel alentours : phénomène de « pollution » visuelle ;
- Une perte de lisibilité des nombreuses informations publicitaires par la surabondance de panneaux.

3.4. Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

En l'absence de RLPI :

- Le **maintien des usages actuels** est globalement conforme aux dispositions de la réglementation nationale (possibilité d'installation de publicité jusqu'à 10,5 m², au sol et sur mur).
- Avec la caducité des dispositions des RLP communaux, les communes pourraient subir une **densification publicitaire** sur leur territoire.

4. Les centres-villes et quartiers résidentiels

4.1. Secteurs et communes concernés

Les centres-historiques, centres-villes ainsi que les quartiers résidentiels, sont généralement préservés de l'affichage publicitaire puisque éloignés des grands axes et des grandes zones d'activités ou protégés par des périmètres de protection comme les Sites Patrimoniaux Remarquables, sites inscrits ou abords de monuments historiques.

4.2. Dispositifs publicitaires dominants

Les centres villes et noyaux villageois sont globalement peu concernés par la présence d'affichage publicitaire, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain.

On observe également la présence de chevalets mobiles, installés à proximité des commerces (affichage de menus notamment). Ces panneaux constituent des dispositifs publicitaires « installés directement sur le sol » identifiés dans le Code de l'Environnement (*devenant des enseignes s'ils sont placés sur les espaces où l'activité bénéficie d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasses de restaurant...)*). D'autres dispositifs sont visibles : préenseignes murales, oriflammes...

Les quartiers résidentiels sont globalement préservés de l'affichage extérieur. On note toutefois la présence de panneaux publicitaires scellés au sol et muraux de grande taille (12m²) susceptibles de nuire à l'attractivité résidentielle de TPM et à la qualité de vie des habitants.



Toulon



La Seyne-sur-Mer



Toulon

Figure 45 : Exemples d'affichage sur mobilier urbain rencontrés dans les centres-villes



Carqueiranne



La Valette-du-Var



La Valette-du-Var



La Valette-du-Var

Figure 46 : Exemples de dispositifs installés directement sur le sol rencontrés dans les centres-villes



Six-Fours-les-Plages



Saint-Mandrier-sur-Mer



Toulon

Figure 47 : Exemples de dispositifs rencontrés dans les centres-villes, pôles secondaires et faubourgs

4.3. Impacts paysagers

L'impact sur le paysage reste très limité à l'échelle du quartier ou de l'agglomération, toutefois il est fort en matière de qualité de vie des habitants et des usagers du territoire. Les espaces résidentiels et les centres villes constituent des espaces du quotidien, traversés à la fois par les habitants et par les touristes découvrant le territoire. La présence de dispositifs de grands formats ou la surabondance de dispositifs mobiles peut porter atteinte à la qualité des paysages traversés.

4.4. Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

En l'absence de RLPI :

- Disparition de tout type d'affichage, dès lors que le centre historique est couvert par un périmètre de protection d'abords de Monuments Historiques, de site patrimonial remarquable, de site inscrit, etc... et donc concerné par l'article L581-4 du Code de l'Environnement.
- Risque de surabondance des panneaux publicitaires dans les zones résidentielles

III. Enseignes : diagnostic par type de secteurs

Les enseignes participent fortement à l'ambiance urbaine et à la qualité des villes, elles peuvent être un facteur de qualité ou au contraire de dépréciation. L'intégration qualitative de ce type de dispositif est souvent déterminée par le choix des couleurs, formats, dispositions et matériaux utilisés ; mais également par leurs densités.

En dehors des centres anciens où les enseignes sont majoritairement de qualité, les enseignes sans cohérence de couleurs avec les façades constituent un exemple récurrent. Cette situation conduit à une dépréciation du patrimoine bâti sur lequel elles sont implantées. Ce phénomène peut également s'élargir à l'échelle d'une rue ou d'un quartier dans le cas d'utilisation répétée de ce type de dispositifs.

Le paysage urbain peut également être brouillé par des enseignes en façade imposantes et parfois en surnombre. Cette surenchère de grands formats au cœur des centres urbains peut également interroger la notion d'échelle, notamment par rapport aux piétons pouvant éprouver un sentiment d'oppression.

Les enseignes des entreprises répondent à leur charte graphique, souvent nationale, sans nécessairement respecter l'environnement proche, le bâti, le voisinage ou les perspectives du lieu. Dans les zones commerciales et d'activités, la concentration de ce type d'installation conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs.

Au sein de la Métropole, quelques zones d'activités sont vulnérables à ce phénomène. En effet, la forte diversité d'enseigne utilisée (couleurs, formes, modes d'implantation...) complexifie l'espace et dessert leur visibilité. C'est notamment le cas aux abords des zones commerciales de La Garde et La Valette-du-Var, où des dispositifs en façade et en toiture imposants non-conformes sont par ailleurs observés.

Certaines activités usent de la répétition d'un même message sur une même façade, ce qui participe à une surenchère de dispositifs. En dehors des aspects visuels, cette stratégie est aussi discutable en termes d'efficacité et de lisibilité.

1. Exemple d'enseignes non conformes rencontrées sur le territoire de la Métropole Toulon Provence Méditerranée

[Article R581-63 du CE](#)

« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée 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 mètres carrés. »

La surface cumulée des enseignes installées sur le pignon de la façade ci-dessous représente plus de 25% de la surface de cette façade.



Hyères



Six-Fours



Toulon



Ollioules

Article R581-60 du CE

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



La Seyne-sur-Mer



Le Pradet



Ollioules



Saint-Mandrier

Article R581-64 du CE

« 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. »



Toulon



La Seyne-sur-Mer



La Garde



La Garde



Ollioules

Article R581-65 du CE

« II. - Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 mètres de haut lorsqu'elles font 1 mètre ou plus de large ;
- 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large. »

Article R581-65 du CE

« La surface unitaire maximale des enseignes [scellées ou installées directement sur le sol] est de 6 mètres carrés » dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



La Valette



La Garde

[Article R581-62 du CE](#)

« Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article. [...] Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, 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. [...] »



La Valette-du-Var



Hyères



La Garde



Ollioules

2. Les centres-villes

2.1. Caractéristique des secteurs

Sont concernés :

- Les secteurs historiques, à forte valeur/identité architecturale ;
- Les Sites Patrimoniaux Remarquables de Toulon et de Hyères-les-Palmiers ;
- Les centres anciens et noyaux villageois.

Les centres historiques constituent des espaces à fortes valeurs architecturale et patrimoniale. Aussi ; les enseignes jouent un rôle majeur dans la perception du patrimoine architectural de ces coeurs historiques.

2.2. Type d'enseignes présentes

Les enseignes rencontrées sont essentiellement en façade, à plat ou de type potence / drapeau, ainsi que sur auvents, stores-bannes ou plus rarement parasols. Quelques enseignes au sol sont également présentes, tels que les chevalets mobiles, considérés comme des enseignes lorsqu'elles sont installées au sein du périmètre d'occupation du domaine public.

On note la présence de plusieurs enseignes de qualité, qui s'intègrent de façon harmonieuse au bâti : notamment lettres peintes en façade ou lettrages fixés directement sur les façades (qui limitent l'emprise sur le bâti) :

- Des enseignes en potences et drapeaux,
- Des enseignes sous forme de lettrages fixés directement sur la façade,
- Des enseignes peintes sur devanture bois ou directement sur la façade,
- Des enseignes sur auvents, stores, relativement discrètes.



La Garde



Ollioules



La Garde



Six-Fours-les-Plages



Ollioules



Toulon

Figure 48 : Exemples d'enseignes de qualité rencontrées sur le territoire, s'intégrant de façon harmonieuse au bâti



Figure 49 : Exemples d'enseignes apposées au sol à La Garde

2.3. Impacts paysagers

Certains matériaux, formats ou coloris nuisent à la qualité des centres-villes en dégradant les bâtiments ou les linéaires commerciaux.

On retrouve ainsi des enseignes parfois peu qualitatives, qui peuvent impacter la qualité architecturale du site :

- Des enseignes sur des éléments d'architecture tels que des garde-corps de balcon
- Des couleurs parfois peu harmonieuses avec le bâti,
- Un nombre ou une surface d'enseignes qui peut engendrer une surdensité visuelle,
- Une dimension d'enseignes parfois peu harmonieuse avec la surface de la façade,
- Des dispositifs en potence et drapeau installés aux étages, qui brouille parfois la lisibilité de la façade,
- Des enseignes en drapeau/potence installées au-dessus des ouvertures, qui nuit à la perception des ouvertures, ...



La Garde



Hyères



Hyères



La Seyne-sur-Mer



La Seyne-sur-Mer



La Seyne-sur-Mer



La Seyne-sur-Mer

Figure 50 : Exemples d'enseignes moins qualitatives qui peuvent impacter la qualité architecturale du site

2.4. Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

- En général, maintien des dispositifs en place, conformes à la réglementation nationale.
- De nouvelles enseignes soumises à l'avis de l'architecte des bâtiments de France dans les sites patrimoniaux remarquables et les périmètres autour des monuments historiques.

3. Les zones commerciales et zones d'activités le long des axes

3.1. Caractéristiques des secteurs

Les secteurs concernés sont les voies de grande circulation longeant une zone économique ou bordant les axes d'entrées de ville.

Une grande partie des façades commerciales sont visibles depuis les axes de traversée urbaine et sont par conséquent perçues à la fois par la population venant spécifiquement fréquenter la zone mais également par une population de transit (habitants, touristes, ...).

3.2. Types d'enseignes présentes

Les enseignes présentes sont principalement de grandes dimensions, en façade, en toiture ou au sol. Ces dernières se confondent avec les publicités et préenseignes au sol entraînant une surabondance visuelle, particulièrement forte le long d'axes linéaires où le regard porte loin. On y trouve également des enseignes sur clôtures.



Carqueiranne



Le Pradet



La Valette-du-Var



La Garde



La Seyne-sur-Mer



Le Crau



Six-Fours-les-Plages

Figure 51 : Exemples d'enseignes en façade



Carqueiranne



La Garde



La Crau



La Crau



Ollioules

Figure 52 : Exemples d'enseignes au sol



Ollioules



Six-Fours-les-Plages

Figure 53 : Exemples d'enseignes mutualisées, format totem



Ollioules



La Garde



La Valette-du-Var



La Valette-du-Var



Hyères



Hyères

Figure 54 : Exemples d'enseignes en toiture



Carqueiranne



Carqueiranne



Ollioules



Ollioules

Figure 55 : Exemples d'enseignes sur mur de clôture ou clôture

3.3. Impacts paysagers

Les points noirs paysagers concernent plusieurs types d'enseignes :

- Les enseignes scellées au sol, souvent en grand nombre et de grande dimension, qui, cumulées à la présence de panneaux publicitaires, engendrent :
 - Une fermeture du paysage, avec une forte empreinte visuelle des différents affichages (publicités, préenseignes, enseignes) ;
 - Une perte de lisibilité des différentes informations et messages ;
 - Une perte de lisibilité de certains bâtiments d'activité implantés le long de ces axes, qui se retrouvent en second plan visuel.
- L'usage de supports disgracieux, en particulier les clôtures non aveugles.

3.4. Tendance d'évolution en l'absence de RLPI

- En général, maintien des dispositifs en place, conformes à la réglementation nationale.
- Suppression de certaines enseignes scellées ou installées au sol, non conformes à la réglementation nationale d'un point de vue densité (RNP : maximum 1 enseigne de plus de 1 m² par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique).

IV. Synthèse des enjeux en matière d'affichage extérieur

Le diagnostic publicitaire présenté ci-dessus a permis de mettre en évidence les secteurs les plus touchés par l'affichage extérieur au sein de la Métropole Toulon Provence Méditerranée. Ainsi, sont en particulier concernés par une forte densité d'affichage et/ou par un impact paysager majeur, certaines traversées d'agglomération, essentiellement des entrées de territoire ou des accès vers des pôles commerciaux :

- La D559 (entre Toulon et Le Pradet) et la D98 (vers La Crau, Hyères) à La Garde ;
- La D276 (Route des Loubes & Chemin de la Vilette), la D559 (Route de l'Almanarre), la D197 (Avenue de l'Aéroport) et la D559a (Chemin du Moulin premier) à Hyères ;
- La D559 à Carqueiranne ;
- La D46 à La Valette-du-Var ;
- La D11 à Ollioules ;
- L'avenue de la 1^{ère} Armée Française à La Seyne-sur-Mer.

Au niveau des entrées de ville et des axes de transit, l'enjeu principal matière d'affichage est l'amélioration de l'image perçue du territoire et des communes traversées. En effet, les entrées de la Métropole et des communes constituent des espaces vitrines jouant un rôle important dans l'attractivité touristique et résidentielle, à l'instar des axes de transit quotidiens empruntés par les habitants. En outre, certains axes offrent des points de vue remarquables sur des espaces représentatifs de l'identité du territoire de la Métropole TPM. Il s'agira alors de préserver ces cônes de vue de l'affichage extérieur. Certains axes traversant plusieurs communes, il est également important de veiller à la cohérence du traitement des axes entre les communes afin de garantir un apaisement continu des axes. Enfin, la lisibilité des messages publicitaires et des activités économiques pâtit de la surabondance de dispositifs le long des axes. L'enjeu est donc d'assurer cette lisibilité tout en apaisant les axes, à travers la dédensification et la réduction des formats.

Par ailleurs, des zones commerciales et pôles d'activités du territoire constituent également des secteurs à enjeux. C'est notamment le cas des zones ci-dessous :

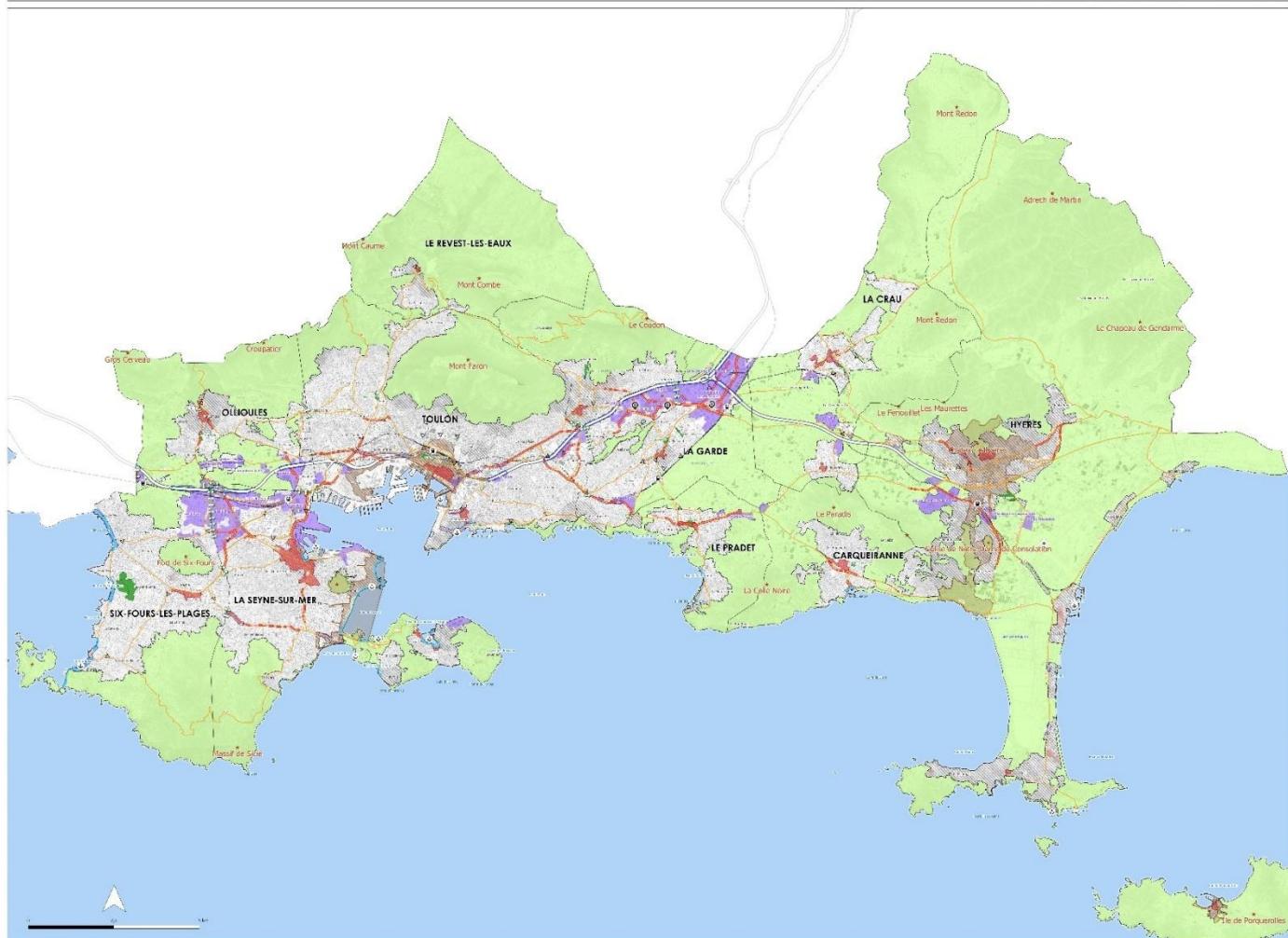
- ZI de Toulon Est, ZA Les Plantades, ZA la Pauline, ZA Les Fourches, Grand-Var et Avenue 83 à La Garde et La Valette-du-Var ;
- Centr'Azur à Hyères-les-palmiers ;
- ZI des Playes, ZI Bregaillon et Camp Laurent à La Seyne-sur-Mer et Six-Fours-les-Plages ;
- La ZA de Quiez et ZA de Piedardan à Ollioules.

Une gradation des règles dans les zones d'activités et selon les axes de circulation est à prévoir pour adapter l'affichage au milieu dans lequel il s'inscrira.

L'un des enjeux majeurs réside dans l'amélioration image véhiculée par les zones d'activités économiques et commerciales. En effet, cette image joue un rôle important en matière de qualité de cadre de vie des espaces traversés par les usagers mais également en matière d'attractivité de la clientèle et des nouvelles entreprises. La surenchère de dispositifs entraîne une dégradation de la lisibilité des messages, nuisant in fine à l'attractivité des activités. C'est notamment le cas pour le pôle d'activités Est (Valgora, Les Plantades, La Pauline, Grand Var, Avenue 83) et la zone des Playes à l'ouest, centralités économiques majeures de la Métropole, qui bénéficient d'un enjeu complémentaire lié à leur situation en entrées de ville. Les possibilités offertes en matière d'affichage extérieur doivent garantir la visibilité des acteurs économiques. Cette visibilité passe d'une part par un besoin de signalétique facilement identifiable, notamment en entrée de zone, et par une amélioration de la visibilité des devantures commerciales, souvent altérée par les nombreux dispositifs implantés au sol le long des voies.

Les centres-villes, bien que moins concernés par la présence de dispositifs de taille disproportionnée, présentent des enjeux fort du fait de leur caractère patrimonial. La préservation de la qualité des secteurs remarquables et des espaces publics, de l'identité des centres historiques et de la lisibilité du patrimoine architectural constitue l'enjeu principal du RLPi au droit des centres-villes. A ce titre, il s'agira de veiller à la qualité des publicités et préenseignes, susceptibles de nuire au caractère patrimonial de ces secteurs.

Enfin, les zones résidentielles sont, elles, concernées par un double enjeu de valorisation des paysages du quotidien afin d'améliorer la qualité de vie des habitants et d'apaisement de ces zones dont le besoin d'affichage est moindre.



La préservation des espaces de perception du grand paysage

- Les cônes de vue sur les points d'intérêt du paysage depuis l'agglomération
- Le patrimoine naturel et bâti emblématique
- Les routes de bord de mer

La lisibilité du patrimoine architectural, bâti et paysager

- La protection des centres-historiques
- La mise en valeur des Sites Patrimoniaux Remarquables
- La protection des parcs urbains paysagers
- La qualité des paysages du quotidien aux abords des autres sites remarquables (abords de Monuments Historiques, sites inscrits, Aire d'adhésion du Parc Naturel Régional de Port Cros et site Natura 2000)

L'attractivité des pôles d'activités

- La qualité et la lisibilité des zones d'activités

La lisibilité des acteurs économiques locaux

- Lisibilité des activités isolées (signalétique) au sein des périmètres agglomérés
- Lisibilité du message publicitaire là où il existe une surabondance d'information

Une réflexion à mener sur les sites où la publicité peut être réintroduite

- Les périmètres d'interdictions relatives de publicités en agglomération

La qualité des enseignes dans des secteurs paysagers sensibles

- Les secteurs hors agglomérations
- Les Monuments Historiques, Sites classés, Cœur du Parc Naturel Régional de Port Cros
- Les périmètres des abords des Monuments Historiques, Sites inscrits, Aire d'adhésion du Parc Naturel Régional de Port Cros et sites Natura 2000

L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrée, premières images de la métropole

Les axes de découverte du territoire

- Les autoroutes
- Les voies ferrées
- Les principaux axes de traversées communales

Les axes et tronçons routiers à enjeux spécifiques

- Une forte concentration d'enseignes commerciales visibles depuis un axe routier ou autoroutier
- Un affichage publicitaire qui se concentre le long des axes principaux

Les autres portes d'entrée du territoire

- Aéroport
- Gare
- Port

Un affichage harmonieux entre les communes

- Le traitement des interfaces urbaines

Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Afin de protéger le cadre de vie, le Code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité.

C'est le choix qu'a fait la Métropole Toulon Provence Méditerranée en prescrivant l'élaboration de son RLPI par délibération le 15 décembre 2020.

Le diagnostic de territoire a fait émerger plusieurs enjeux. Pour y répondre, la Métropole fixe les orientations suivantes :

I. Orientation n°1 - Valoriser les paysages urbains et la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle de TPM

- ↳ Réduire de façon globale l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d'affichage autorisés ;
- ↳ Adapter les supports et le format des publicités et préenseignes à la réalité urbaine du territoire Métropolitain, c'est à dire :
 - Aux différents profils de communes présents sur le territoire : définir un gradient entre centralités villageoises, centralités urbaines et pôles urbains structurants.
 - Au tissu urbain (centre-ville, zone résidentielle, zone économique...).
- ↳ Améliorer l'intégration urbaine des enseignes : encadrer leur nombre, format et qualité.



II. Orientation n°2 - Valoriser l'image de TPM par la qualité de ses entrées de villes et traversées de territoire

- ↳ Réduire l'emprise de l'affichage sur les entrées de ville et traversées urbaines majeures du territoire, en travaillant sur le format et la densité.
- ↳ Protéger les cônes de vues sur les éléments de patrimoine naturel et le bâti emblématique du territoire de la Métropole, ainsi que les ouvertures visuelles sur la mer



III. Orientation n°3 – Préserver et mettre en valeur l'identité de TPM, ses richesses paysagères et patrimoniales

- ↳ Valoriser les entrées du Parc National de Port-Cros pour les communes adhérentes (Hyères, La Garde, Le Pradet) en adaptant l'affichage publicitaire selon les préconisations de la charte ;
- ↳ Limiter le développement de l'affichage publicitaire dans les centres historiques, travailler l'intégration architecturale et urbaine des enseignes, avec une attention particulière en site patrimonial remarquable.
- ↳ Limiter voire interdire certains dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes) pouvant impacter l'identité des paysages métropolitains, son littoral, ses îles, ses presqu'îles, ses massifs boisés, etc...



IV. Orientation n°4 – Intégrer la visibilité des activités économiques et culturelles

- ↳ Prendre en compte le besoin des activités locales de se signaler, notamment celles situées en retrait des axes principaux.
- ↳ Conserver la possibilité d'installer du mobilier d'information municipale, qui pourra éventuellement recevoir une face publicitaire nécessaire à la gestion de ces supports.
- ↳ « Aérer » le paysage urbain des zones commerciales en limitant la densité des différents dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes), tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.



V. Orientation n°5 – Adapter la règle nationale d'extinction nocturne pour les dispositifs lumineux

- ➡ Limiter la pollution lumineuse et les consommations d'énergie en définissant une plage d'extinction nocturne adaptée aux publicités et enseignes lumineuses ;
- ➡ Limiter l'implantation de publicités numériques ;
- ➡ Encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial ;



Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



JUSTIFICATION DES CHOIX REtenus AU REGARD DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Chapitre 1 : Justification de la délimitation des zones du RLPI

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques. Ces secteurs ont été zonés en zones de publicités (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Cinq zones de publicités sont instituées sur le territoire métropolitain.

La **zone n°0 (ZP0)** couvre les espaces protégés, soit les secteurs hors agglomérations et des espaces d'intérêt paysager situés en agglomération. Elle concerne 25 250 hectares, soit près de 70% du territoire.

La **zone n°1 (ZP1)** couvre les centres-villes et noyaux villageois, parfois étendus aux sites patrimoniaux remarquables. Elle couvre 1 230 hectares, soit environ 3% du territoire et 10% de la zone agglomérée.

Elle se divise en deux sous-zones :

- La **zone ZP1a** qui couvre les centres historiques des villes et villages et des noyaux villageois.
 - o Elle est elle-même composée d'une **sous-zone ZP1ap** qui couvre les sites patrimoniaux remarquables.
- La **zone ZP1b** qui couvre les centres-villes élargis.

La **zone n°2 (ZP2)** couvre les tissus urbains périphériques à dominante résidentielle.

- Elle comporte une **sous-zone ZP2L** qui couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle en secteur littoral. Les zones ZP2 et ZP2L s'étendent sur une superficie de 8 519 hectares, soit environ 20% du territoire et 70% de la zone agglomérée.

La **zone n°3 (ZP3)** couvre des entrées de ville et entrées de territoire. Elle est divisée en 5 sous-zones en fonction des secteurs concernés. L'ensemble de la ZP3 couvre 740 hectares, soit 2% du territoire et 7% de la zone agglomérée.

- La **ZP3a** couvre les abords des traversées des pôles urbains structurants, sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de l'axe des voies.
- La **ZP3b** couvre les abords des traversés de centralités urbaines, sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de l'axe des voies.
- La **ZP3c** couvre les abords des traversées de centralités villageoises, sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de l'axe des voies.
- La **ZP3d** couvre les emprises portuaires (croisiéristes, chantiers navals)
- La **ZP3e** couvre l'aéroport de Toulon-Hyères, localisé hors agglomération et bénéficiant de la dérogation à l'article L.581-7 du Code de l'environnement.

La **zone n°4 (ZP4)** couvre les zones économiques du territoire. Elle couvre 1116 hectares, soit 3% du territoire et 10% de la zone agglomérée. Elle comporte 3 sous-zones :

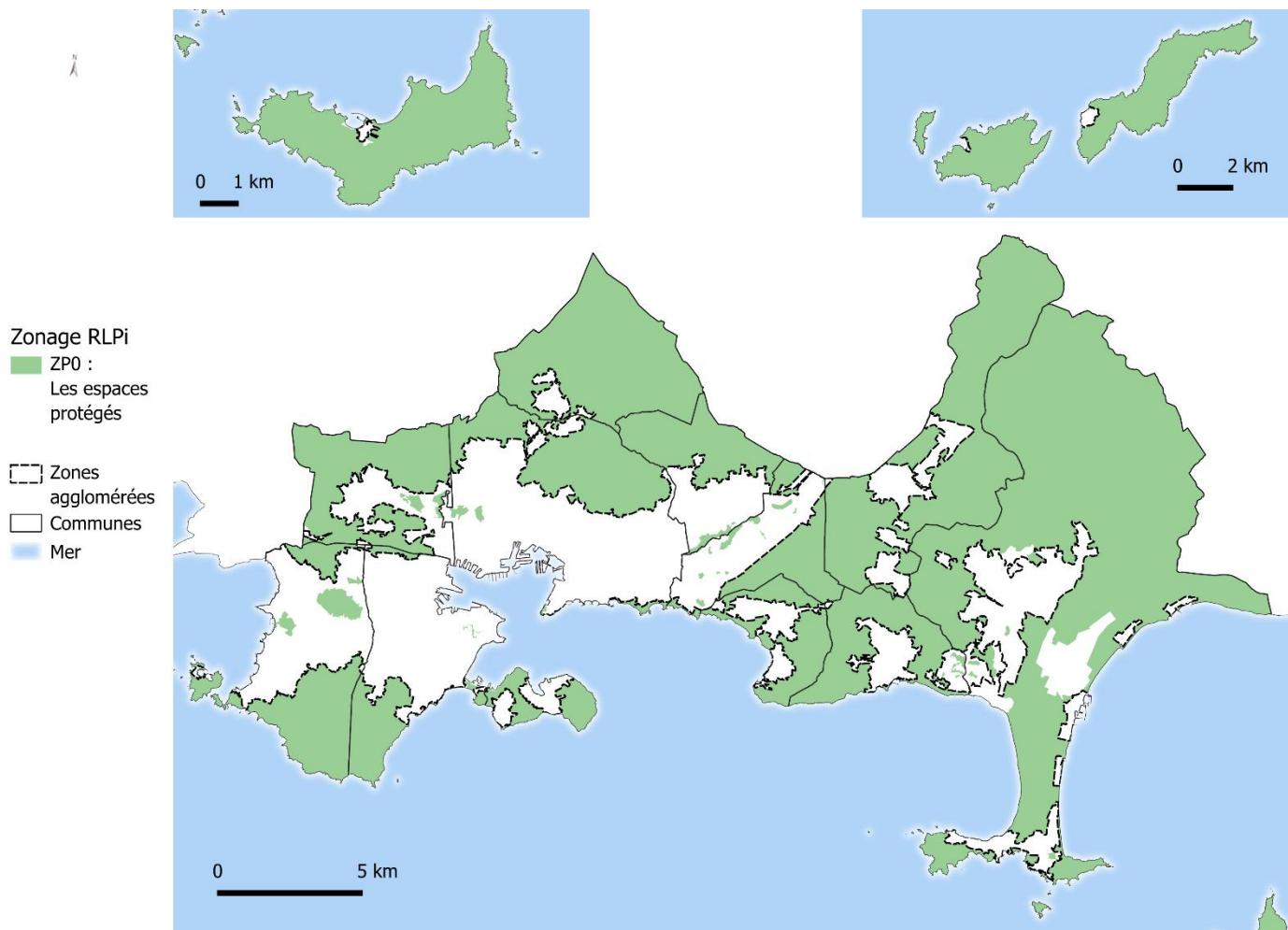
- La **ZP4a** couvre les zones d'activités à rayonnement régional (desservies directement par une bretelle d'autoroute).
 - o Elle est elle-même composée d'une **sous-zone ZP4ap** qui couvre les secteurs d'intérêt paysager.
- La **ZP4b** couvre les zones d'activités à rayonnement local.
- La **ZP4c** couvre les espaces à dominante économique localisés hors agglomération.

I. La zone de publicité n°0 – Espaces hors agglomération

1. Justification générale

Cette zone, déterminée par soustraction des limites d'agglomération, couvre les secteurs hors agglomération. La publicité et les préenseignes autres que dérogatoires sont interdites en application des articles L.581-4 et L.581-7 du Code de l'environnement.

La création d'une zone spécifique « hors agglomération » a pour objectif d'encadrer les catégories d'enseignes admises et leurs dimensions afin de protéger la valeur paysagère de ces espaces.



II. La zone de publicité n°1 – Centre villes, noyaux villageois et centres-villes élargis

1. Justification générale

La zone n°1 (ZP1) couvre les centres-villes, les noyaux villageois, parfois étendus aux périmètres des sites patrimoniaux remarquables, et les centres-villes élargis. La préservation et la mise en valeur du patrimoine bâti et des paysages identitaires constituent une orientation forte du RLPI de Toulon Provence Méditerranée. Le respect des ambiances propres aux noyaux historiques, où se mêlent des architectures caractéristiques témoignant du développement historique de chaque commune et un tissu commerçant propice aux déambulations piétonnes, nécessite de traiter la publicité et les enseignes de manière spécifique et restrictive.

Ces espaces revêtent une importance paysagère, patrimoniale et historique forte, en concentrant des motifs identitaires du territoire justifiant ainsi de leur identification au sein d'une zone spécifique offrant un cadre règlementaire adaptée aux enjeux.

2. Justification des sous-zones

La ZP1 se divise en plusieurs sous-zones :

- La ZP1a

Cette zone couvre les centres historiques et noyaux villageois des communes.

- La ZP1ap

Une zone spécifique est dédiée aux secteurs à forte valeur patrimoniale, identifiée par un Site Patrimonial Remarquable (Toulon, La Seyne-sur-Mer, Hyères-les-Palmiers), et présentant des enjeux spécifiques du fait de leur caractère historique et/ou de leur valeur architecturale.

- La ZP1b

La ZP1b couvre les centres-villes élargis, c'est-à-dire les secteurs considérés comme des centralités, du fait de la présence de commerces ou de services, mais dépassant le périmètre des centres historiques. Véritables espaces du quotidien pour les habitants du territoire, ces espaces présentent un enjeu majeur en matière d'amélioration du cadre de vie.



Figure 56 : Emprise de la ZP1

III. La zone de publicité n°2 – Tissus urbains périphériques à dominante résidentielle

1. Justification générale

La zone n°2 (ZP2) regroupe les espaces bâtis agglomérés qui ne correspondent ni à des centres-villes ni à des zones d'activités. Il s'agit donc principalement d'espaces résidentiels, à vocation dominante d'habitat, qui accueillent ponctuellement des commerces ou des équipements. Ces secteurs constituent des espaces de vie privilégiés au sein desquels la qualité du cadre de vie apparaît la plus importante pour la population. Le règlement de cette zone traduit une attention particulière à la préservation du cadre de vie et de résidence des habitants.

2. Justification des sous-zones

Elle comporte une sous-zone ZP2L qui couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle en secteur littoral. Cette sous-zone, dont le périmètre est très restreint, vise à concilier des enjeux de dynamisme économique et de protection du littoral, paysage emblématique du territoire. Cette sous-zone a été instaurée afin de protéger les paysages emblématiques de ces secteurs en agglomération qui ne bénéficient pas actuellement d'une protection architecturale ou environnementale. La commune de Six-Fours-les-Plages est la seule parmi les communes littorales ou son littoral est compris dans l'agglomération mais qui ne bénéficie pas d'une protection réglementaire (SPR à La Seyne-sur-Mer, Toulon et Hyères-les-Palmiers). Aussi, il est apparu nécessaire de prévoir un règlement particulier afin de protéger le littoral des publicités scellées au sol de moins de 1m².

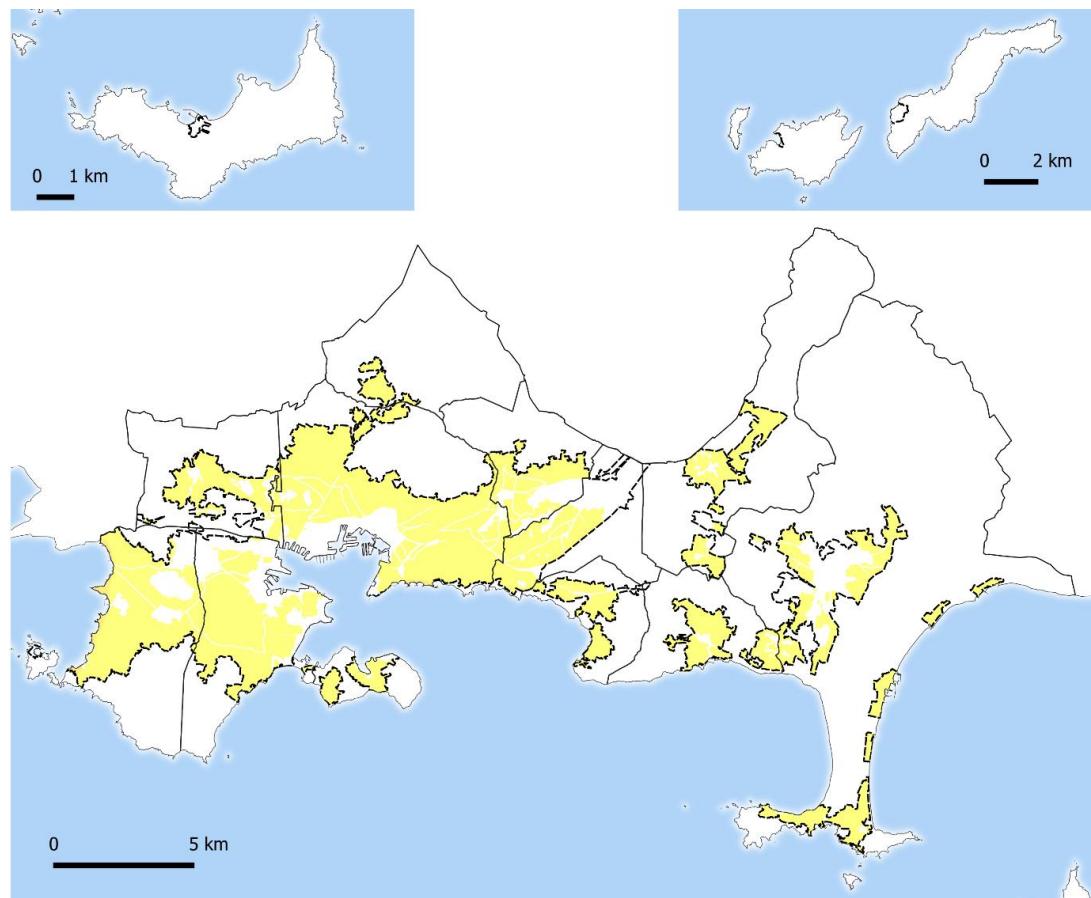


Figure 57 : Emprise de la ZP2

IV. La zone de publicité n°3 – Entrées de ville, de territoire

1. Justification générale

La **zone n°3 (ZP3)** couvre des entrées de ville et entrées de territoire. Le diagnostic a mis en exergue la forte prégnance visuelle de l'affichage publicitaire le long de plusieurs voies de grande circulation. L'ensemble de ces axes constitue des portes d'entrée du territoire ou plus localement des entrées de ville. Ces axes constituent les premières et dernières images perçues du territoire et fondent ainsi l'impression que se font les usagers du territoire de la Métropole TPM. Pour les usagers locaux, leur environnement proche constitué un espace traversé « du quotidien » qu'il s'agit alors de préserver. Ces axes de voiries, supports de flux importants, entraînent une pression publicitaire forte. L'objectif de ce zonage spécifique est de contribuer à la requalification de ces espaces particulièrement sensibles.

2. Justification des sous-zones

La ZP3 comporte 5 sous-zones, chacune adaptée aux sensibilités économique et paysagère des secteurs traversés par les voies ou les emprises des infrastructures concernés. La définition de 3 sous-zones (ZP3a, ZPP3b et ZP3c) permet d'adapter la réglementation en fonction des milieux traversés. En effet, selon l'importance de l'axe, le trafic et la morphologie du tissu qu'il traverse, les enjeux en matière d'affichage extérieur diffèrent. La ZP3d et ZP3e concernent des emprises spécifiques, constituant par l'activité qu'elles accueillent des entrées et sorties de territoire dont les enjeux nécessitent un traitement différencié.

- La **ZP3a** couvre les abords des traversées des pôles urbains structurants, sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de la chaussée. Il s'agit de l'épine dorsale qui maille le cœur métropolitain du SCoT.
- La **ZP3b** couvre les abords des traversées de centralités urbaines, sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de la chaussée.
- La **ZP3c** couvre les abords des traversées de centralités villageoises, sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de la chaussée
- La **ZP3d** couvre les emprises portuaires (croisiéristes, chantiers navals). Cet espace aux besoins singuliers et au rôle de porte d'entrée du territoire métropolitain, notamment pour les croisiéristes, justifie la définition d'une zone de publicité spécifiques.
- La **ZP3e** couvre l'aéroport de Toulon-Hyères, localisé hors agglomération et bénéficiant de la dérogation à l'article L.581-7 du Code de l'environnement.

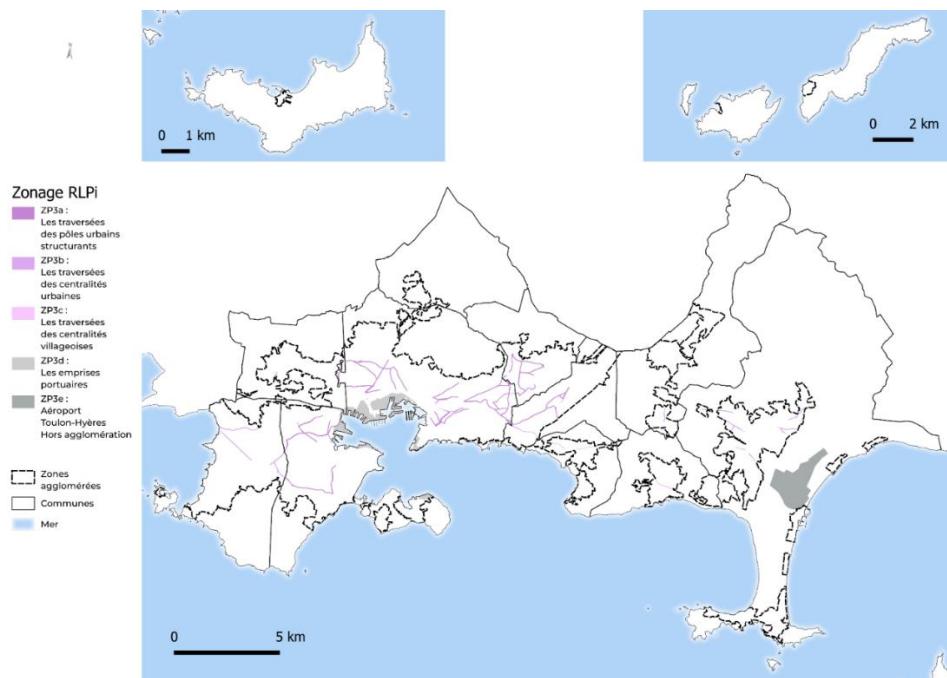


Figure 58 : Emprise de la ZP3

V. La zone de publicité n°4 – Zones économiques

1. Justification générale

La ZP4 couvre des secteurs à vocation essentiellement économique, des axes d'entrée de ville ou voies de circulation majeures des communes les traversant. Une grande partie des zones économiques sont visibles depuis les axes majeurs de la Métropole. Ces zones, où existent généralement déjà de forts enjeux en matière d'affichage publicitaire, sont fréquentées par la population venant spécifiquement (achats, ...) mais également par une population de transit (habitants, touristes, ...).

En effet, les zones d'activités du territoire n'échappent pas à l'image négative généralisée de ce type d'espace, largement liée à la multiplicité des dispositifs d'affichage extérieur. Cette surenchère a tendance à nuire aux activités économiques présentes en altérant la lisibilité des messages véhiculés.

2. Justification des sous-zones

Les zones d'activités économiques et commerciales du territoire métropolitain ne présentent pas les mêmes caractéristiques, que ce soit en matière de vocation (industrielle, artisanale, commerciale), de dimensionnement (selon leur proximité aux infrastructures de déplacement), d'attractivité, de qualité paysagère... Les zones commerciales sont, par exemple, plus impactées que les zones industrielles par l'affichage publicitaire. Des sous-secteurs sont créés pour s'adapter à la réalité du terrain, selon la fréquentation, la desserte par une bretelle d'autoroute, qui fréquente la zone, la sensibilité du paysage, si les sous-secteurs se trouvent en agglomération ou hors-agglomération.

Au regard de la multitude de situations, 4 sous-zones ont été définies :

- La **ZP4a** couvre les zones d'activités à rayonnement régional (desservies directement par une bretelle d'autoroute).
- La **ZP4ap** qui couvre les zones d'activités présentant un intérêt paysager et ayant une vocation plutôt commerciale. Cette zone concerne les zones d'activités Six-Fournaises, dont la situation en entrée de ville et de Métropole, en continuité d'espaces naturels et à proximité du Monument Historique « Chapelle Notre-Dame de Pépôle » justifie un traitement particulier. En outre, les cahiers des charges en matière de qualité esthétique et paysagère étant particulièrement exigeants dans ces zones d'activités, le RLPI s'inscrit en cohérence avec cette volonté d'intégration optimale dans le paysage des bâtiments d'activités.
- La **ZP4b** couvre les zones d'activités à rayonnement local (non desservies par une bretelle d'autoroute ou plutôt à vocation industrielle)
- La **ZP4c** couvre les espaces à dominante économique localisés hors agglomération. La ZP4c permet de concilier les besoins de visibilité des activités économiques et l'enjeu de préservation des espaces à dominante naturelle.

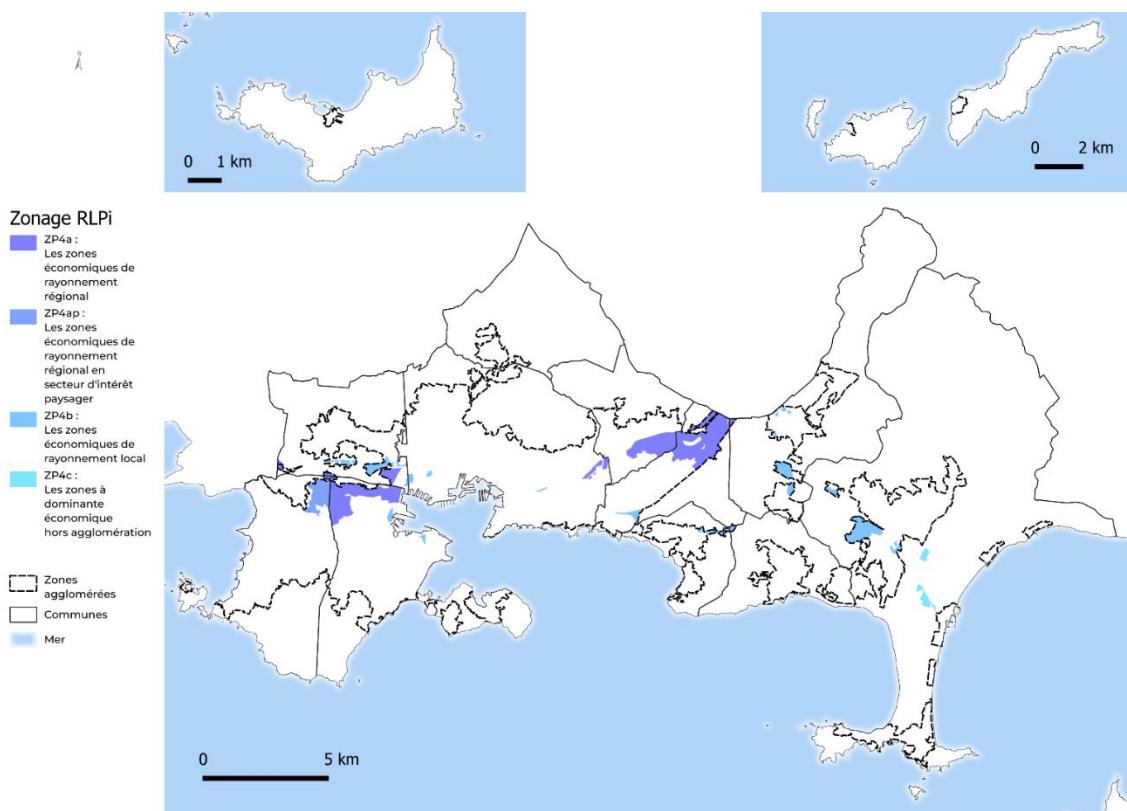


Figure 59 : Emprise de la ZP4

Chapitre 2 : Justification des choix réglementaires relatifs aux publicités et préenseignes

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'environnement, Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et préenseignes, et notamment des articles L.581-1 à L.58-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

Le règlement est conçu dans une recherche d'équilibre global :

- Equilibre entre valorisation des paysages et liberté d'expression, conformément à l'article L.581-1 du Code de l'environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ».
- Equilibre dans les supports autorisés, en évitant notamment l'interdiction totale de certains supports sur l'ensemble du territoire métropolitain (sol, mur, mobilier urbain). En revanche, dans l'ensemble des zones et selon la volonté de protéger les paysages caractéristiques du territoire, un travail a été mené pour réduire la densité et encadrer les formats maximums autorisés.

I. Prescriptions communes à l'ensemble des zones

1. Interdictions de publicité (PG.2)

Plusieurs dispositifs sont interdits dans l'ensemble des zones de publicité au regard du fort impact paysager qu'ils peuvent engendrer :

- Sur une toiture ou terrasse en tenant lieu : ce type de publicité est susceptible d'engendrer un impact non négligeable sur le paysage perçu dans un rayon relativement important.
- Sur un garde-corps de balcon ou balconnet, dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade.
- Sur un mur en pierres apparentes ou constitué d'une fresque, également dans un souci de visibilité et de valorisation de ces éléments d'architecture de façade.
- Dans un rayon de 50m autour des giratoires, à l'exception des giratoires situés en ZP4, pour tout dispositif hors publicité sur mobilier urbain. La profondeur de 50 mètres se mesure depuis la bordure extérieure de la chaussée du giratoire. L'état des lieux publicitaire du territoire a mis en exergue la prolifération des dispositifs aux abords des giratoires. Dans un double objectif de préservation des paysages naturels et urbains et de lisibilité des axes routiers, le RLPi vise à éviter leur cumul et l'impression de surdensité engendrée.

2. Dérogation à certaines interdictions légales de publicité (PG.3)

Rappel de l'article L581-8 du Code de l'Environnement :

« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L621.30 du code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

Le RLP prévoit une dérogation à l'interdiction de publicité dans certains de ces lieux portant **uniquement sur la publicité non numérique supportée par le mobilier urbain et n'excédant pas une surface d'affiche de 2m²**. Conformément au Code de l'environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité, autoriser la publicité vise à conserver

dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris voyageurs notamment) ou à la diffusion d'informations municipales ou métropolitaines. En effet, la majorité des mobiliers urbains fait l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers et leur entretien. La publicité permet notamment de financer ces prestations. Par ailleurs, la collectivité restant maîtresse de la localisation et du graphisme de son mobilier urbain, l'incidence sur les paysages et le cadre de vie de ces dispositifs est limitée. Toutefois, afin de modérer l'emprise visuelle de ces dispositifs, de ne pas nuire aux perspectives monumentales protégées et à l'organisation des places et lieux emblématiques, la surface unitaire d'affichage est limitée à 2m².

- **Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables**, la dérogation porte uniquement sur la publicité non numérique supportée par le mobilier urbain n'excédant pas une surface de 2m². La Métropole Toulon Provence Méditerranée compte 3 sites patrimoniaux remarquables (SPR) : Toulon, Hyères et la Seyne-sur-mer qui couvrent au total 1 016 hectares, soit 3% du territoire métropolitain.
 - **Dans les 12 sites inscrits localisés sur le territoire**. Au regard du nombre de sites inscrits et de l'importance de leur couverture géographique, il s'est avéré nécessaire de déroger à l'interdiction relative.
 - **Dans les zones de protection au titre des abords des monuments historiques :**
 - o Au sein des périmètres délimités des abords (PDA) des monuments historiques
 - o Dans un rayon de 100m autour des autres monuments historiques identifiés au plan de zonage annexé au règlement.
 - o Dans un rayon de 500m autour des autres monuments historiques en cas de co-visibilité.
- 4/ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales**

Le RLPI prévoit également une dérogation concernant l'ensemble des dispositifs publicitaires, sous réserve du respect des dispositions prévues par le règlement de chaque zone, au sein des secteurs suivants :

- Dans l'aire d'adhésion du Parc National de Port-Cros, tout en limitant à 20 le nombre de dispositifs admis.
- En dehors d'un rayon de 100m et dans un rayon de 500m autour des monuments historiques ne faisant pas l'objet d'un PDA, et en l'absence de co-visibilité, la publicité est admise selon les règles de la zone concernée.

Dans l'ensemble des périmètres de protections cités ci-dessus, le RLPI permet également la réintroduction des dispositifs suivants :

- Les **dispositifs de petit format** intégrés à des devantures commerciales et recouvrant partiellement la baie dans les conditions prévues par l'article R.581-57 du Code de l'environnement et par l'article PG.9 du présent règlement. Cette réintroduction vise à répondre aux besoins spécifiques des commerçants.
- Les **emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif**. L'article R581-2 impose une surface minimum à réservé à ce type d'affichage dans chacune des communes. Les emplacements prévus à cet effet devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans toutes les zones.
- Les **bâches de chantier comprenant de la publicité**, dans les conditions prévues aux articles R581-19, 53 et 54 du même code. Cette opportunité offerte par la réglementation permet d'envisager une participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices historiques, il apparaît pertinent de conserver la possibilité d'installation de ce type de publicité, qui reste soumis à autorisation du maire, et dans les sites patrimoniaux à l'avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France.
- Les dispositifs de dimension exceptionnelle liés à des manifestations temporaires, dans les conditions prévues par les articles R581-21 et 56 du même code. Ces dispositifs étant réservés à des manifestations temporaires et soumis à autorisation du maire et à l'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites, il apparaît pertinent de continuer à les autoriser en particulier dans les coeurs de ville. Ils permettent d'assurer la promotion de manifestations d'envergure (expositions, festivités...).

Synthèse des dérogations :

Périmètres réglementaires	Publicité scellée au sol	Publicité apposée sur un mur	Publicité sur Mobilier Urbain	Publicité numérique
Site Patrimonial Remarquable (SPR)	INTERDITE	INTERDITE	Autorisée, dans la limite de 2 m ²	INTERDITE

En Site Inscrit, Site Natura 2000, PDA des monuments historiques		INTERDITE	INTERDITE	Autorisée, dans la limite de 2 m ²	INTERDITE
Dans l'aire d'adhésion du PN de Port-Cros		Autorisée, dans la limite des règles identifiées dans les zones (max 4 m ²)		Autorisée, dans la limite des règles identifiées dans les zones (max 8 m ²)	INTERDITE (R.581-42 du code de l'environnement)
A proximité des Monuments Historiques (Hors PDA)	Rayon de 100m	INTERDITE		Autorisée, dans la limite de 2 m ²	INTERDITE
	Rayon de 100m à 500m	Autorisée, dans la limite des règles identifiées dans les zones, en l'absence de co-visibilité		Autorisée, dans la limite des règles identifiées dans les zones. En cas de co-visibilité, le format maximum autorisée est limité à 2m ²	

3. Cônes de vue (PG.4)

A partir du travail de recensement mené lors du diagnostic, des cônes de vue ont été identifiés sur le règlement graphique. Ces cônes de vue sont situés sur certains axes routiers et visent à garantir la préservation des perspectives visuelles dans une zone dont le règlement est plus permis (ZP3 ou ZP4). En effet, il a été jugé que les cônes de vue localisés en ZP0, ZP1 ou ZP2 bénéficiaient d'une protection suffisante du fait des règles relatives aux publicités et préenseignes associées à ces zones. Or, en ZP3 ou ZP4, l'autorisation de dispositif d'un format maximum de 10.5m² est susceptible de nuire aux perspectives visuelles sur le grand paysage. Aussi, il a été fait le choix, en concertation avec les communes, d'inscrire une protection d'une largeur de 20 mètres de part et d'autre de la chaussée et de 100 mètres de long visant à protéger les vues offertes par certains axes.

Au sein de ces périmètres, seules sont admises les publicités sur mobilier urbain dans la limite de 2m². En effet, ce format réduit n'est pas susceptible d'altérer les vues.

4. Dimensions (PG.5)

Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des surfaces « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement et de fonctionnement.

La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains du fait de la taille de l'encadrement.

En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que les deux faces d'un même dispositif publicitaire soient « *de même dimensions, alignées et placées dos à dos, sans espaces visible entre les deux faces* ». Ce paramètre permet la dissimulation des éléments techniques et ainsi une amélioration de la qualité du parc d'affichage extérieur.

5. Aspect, habillage et accessoire annexes à la publicité (PG.6)

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLPI précise un certain nombre de critères esthétiques à respecter : habillage du dos des faces non utilisées des dispositifs, passerelles interdites sauf si amovibles.

6. Publicité supportée par du mobilier urbain (PG.7)

Afin d'améliorer la compréhension des règles applicables, et conformément aux dispositions du code de l'environnement, cet article précise que « Dans les dispositions particulières applicables à chacune des zones, la publicité supportée par le mobilier urbain est soumise uniquement aux dispositions visant expressément la publicité sur mobilier urbain ». Y sont ajoutés les articles des dispositions générales qui sont également applicables à la publicité sur mobilier urbain.

7. Distance minimale par rapport aux baies (PG.8)

Cette disposition rappelle l'article R581-33 du code de l'environnement qui impose qu'« un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres 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 ».

8. Dispositif de petit format sur baie – micro-affichage (PG.9)

Le RLPI prévoit la réintroduction de dispositif de petit format au sein des périmètres cités à l'article PG.3 du règlement. La dérogation ne concerne que les dispositifs de petit format sur baie, dont la superficie n'excède pas un dixième de la surface de la devanture commerciale, dans la limite de 1m².

9. Publicité lumineuse, y compris numérique (PG.10)

Le RLPI élargit la plage d'extinction nocturne pour les publicités lumineuses, dont numériques, y compris pour celles supportées par le mobilier urbain, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport pendant les heures de fonctionnement de ces services.

L'obligation d'extinction est portée à 00h00 – 7h00, augmentant ainsi l'extinction des dispositifs comparativement à ce qui est exigé par la réglementation nationale (de 1h à 6h).

Cette évolution répond à une volonté d'œuvrer pour une restauration de paysages nocturnes plus apaisés pour la biodiversité et pour les usagers et habitants du territoire. En outre et au surplus, elle participe à un enjeu de diminution des consommations énergétiques sur le territoire.

10. Bâches comportant de la publicité (PG.11)

Le règlement rappelle la réglementation nationale et l'article R.581-53 du code de l'environnement, précisant que les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

11. Dispositifs de dimensions exceptionnelles (PG.12)

La disposition rappelle l'interdiction de ces dispositifs au sein des agglomérations de moins de 10 000 habitants et rappelle la dérogation à l'interdiction relative dans les lieux mentionnés à l'article PG.3.

12. Affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (PG.13)

L'article R581-2 du CE impose une surface minimum à réservé à ce type d'affichage. Les emplacements prévus à cet effet devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R581- 3 du CE), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des zones qui concernent exclusivement les agglomérations.

Dans ces zones, pour les raisons évoquées ci-dessus, une dérogation à l'article L581-8 du Code de l'environnement est prévue par le RLPI, au sein des secteurs mentionnés à l'article PG.3.

13. Pré-enseignes dérogatoires (PG.14)

Le règlement rappelle les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires et les dispositions du Code de l'environnement. Sont applicables aux préenseignes dérogatoires les prescriptions prévues aux articles R.581-71 à R.581-73 du Code de l'environnement fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes.

14. Pré-enseignes temporaires (PG.14)

Le RLP rappelle les dispositions nationales applicables.

15. Publicité sur domaine ferroviaire (PG.15)

Cet article vise à préciser les règles de format et de densité applicables sur ces unités foncières spécifiques, qui s'étendent sur de très grande longueur.

Dans un premier temps et dans un souci de protection paysagère et patrimoniale, le règlement précise que la publicité est interdite le long du domaine ferroviaire dès lors que ce dernier traverse un périmètre mentionné à l'article L. 581-8 du code de l'environnement (Sites Patrimoniaux remarquables, Site inscrit, Abords de monuments historiques...).

En dehors de ces espaces, il s'agit par cet article PG.15 de garantir l'application des règles particulières à chaque zone traversée par les voies ferrées, en y ajoutant une règle d'interdistance. En effet, au regard de la longueur importante des unités foncières concernées, il est apparu essentiel de réglementer la distance entre les dispositifs d'affichage publicitaire pour éviter leur accumulation qui nuirait au paysage perçu.

Par ailleurs, le règlement introduit un format maximum de 2m² pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implanté sur les quais non couverts et parvis, afin de limiter l'emprise visuel des dispositifs.

16. Entretien et dépose (PG.17)

Le règlement rappelle l'article R581-24 du Code de l'environnement : les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. Il précise ensuite la nécessité de démonter les supports lors de la dépose et de remettre en état le mur ou sol support du dispositif.

II. Dispositions particulières applicables dans chacune des zones concernant la publicité

1. Justification des dispositions particulières à la zone de publicité n°0 – Hors agglomération

Dispositifs publicitaires	ZPO
Densité	Sans objet
Mural	Interdit
Au sol	Interdit
Mobilier urbain	Admis uniquement sur mobilier urbain affecté au service de transport – 2m ²
Numérique	Interdit

Toute publicité est interdite dans cette zone conformément à l'article L581-7 du code de l'environnement, qui interdit toute publicité hors agglomération. La ZPO couvrant également des espaces d'intérêt paysager situés en agglomération, il a été jugé intéressant d'admettre la publicité supportée par le mobilier urbain affectée au service de transport, compte tenu de sa vocation publicitaire accessoire.

2. Justifications des dispositions particulières aux zones de publicité n°1 – Centres-villes et noyaux villageois

Dispositifs publicitaires	ZP1a	ZP1ap	ZP1b
Densité		Sans objet	
Mural		Interdit	
Au sol		Interdit	
Mobilier urbain	Admis – 2m ²		Admis – 8m ²
Numérique	Interdit		Admis sur MU dans les agglomérations > 10 000hab – 2m ²

Afin de répondre aux enjeux de préservation des noyaux historiques, d'assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLPI limite de façon stricte les typologies de publicité admises et les formats dans cette zone. Ainsi, seule la publicité supportée par le mobilier urbain (non numérique) est admise compte tenu de sa vocation publicitaire accessoire. Conformément au Code de l'environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou métropolitaines. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. De plus, le format maximum fixé à 2 m² apparaît plus adapté au contexte urbain (tissu commerçant et souvent patrimonial propice aux déambulations piétonnes et à l'usage des modes actifs).

3. Justifications des dispositions particulières aux zones de publicité n°2 – Tissus urbains périphériques à dominante résidentielle

Dispositifs publicitaires	ZP2	ZP2L
Densité		Sans objet
Mural		Interdit
Au sol		Interdit
Mobilier urbain		Admis – 2m ²
Numérique		Interdit

Cette zone regroupe une vaste partie du territoire intercommunal aggloméré et ainsi des espaces qui peuvent s'avérer à enjeux pour l'affichage extérieur : espaces résidentiels qui accueillent ponctuellement des commerces, des équipements... La localisation de ces espaces urbains « ordinaires », se mêlant parfois aux paysages emblématiques du territoire, mais éloignés des grands axes urbains et des zones économiques leur confère un statut particulier qui nécessite des règles adaptées. L'enjeu réside dans la préservation d'une qualité urbaine, environnementale, du cadre de vie et le bien-être de la population. Il s'agit de (re)construire une harmonie dans les paysages urbains du quotidien via le traitement des espaces publics et privés. Pour ce faire, les règles définies dans le RLPI doivent permettre d'y limiter la publicité et de l'adapter au contexte urbain.

Les choix réglementaires opérés visent à concilier cet état de fait avec le projet politique des élus relatif à la dé-densification et à la qualification des affichages, particulièrement au sein de ces espaces « habités » et ce, de la manière la plus uniforme possible pour tous les habitants du territoire de la Métropole. C'est pourquoi sont interdites toutes les typologies de dispositifs publicitaires à l'exception de la publicité installée sur mobilier urbain, eu égard à sa vocation publicitaire accessoire, et en limitant son format à une surface unitaire d'affichage de 2m² pour éviter l'encombrement visuel.

4. Justifications des dispositions particulières aux zones de publicité n°3 – Entrée de ville, de territoire

Dispositifs publicitaires	ZP3a	ZP3B	ZP3c	ZP3d	ZP3e
Densité	Unité foncière < 20m : interdit 20m < Unité foncière > 40m : 1 mural Unité foncière > 40m : 1 mural ou au sol	Unité foncière < 50m : interdit Unité foncière > 50m : 1 mural ou au sol	1 dispositif par unité foncière	Sans objet	Non réglementé
Mural	Admis 10.5m ²	Admis 4.70m ²	Clôture aveugle : interdite Mural : admise – 2m ²	Interdit	Admis 10.5m ²
Au sol	Admis 10.5m ²	Admis – 4.70m ²	Interdit		Admis 10.5m ²
Mobilier urbain	Admis 8m ²	Admis - 8m ² Nombre max de dispositifs dans l'aire d'adhésion	Admis 2m ²		Admis 10.5m ²

	du Parc National : 20.		
Numérique	Interdit		Admis 8m ²

Les zones ZP3 couvrent les abords des traversées des pôles urbains structurants, centralités urbaines et centralités villageoises. Ces secteurs sont particulièrement sensibles, jouant le rôle de vitrine du territoire. Cet enjeu se croise avec de forts enjeux de visibilités économiques. Dans les réflexions menées sur les zones des centres-villes, des sous-secteurs sont apparus nécessaires pour répondre au mieux à la réalité du territoire et à la vocation du secteur.

Les sous-zones ZP3a, ZP3b et ZP3c couvrent l'ensemble du domaine public et des unités foncières situées à 20 mètres de part et d'autre de la chaussée de certains axes routiers de la Métropole, où se concentrent aujourd'hui des enjeux publicitaires mais également paysagers. Au regard des choix plutôt restrictifs en matière de publicité/préenseignes, établis sur les autres secteurs agglomérés du territoire, certains axes stratégiques ont fait l'objet d'une réflexion afin de permettre une intégration des dispositifs d'affichage adaptée aux besoins et aux contraintes des secteurs traversés. Des règles de densité et de formats sont ainsi instaurées pour concilier paysage et visibilité économique.

Ainsi, la ZP3a, qui couvre les abords des traversées des pôles structurants et traverse le cœur métropolitain identifié par le SCoT, est la zone la plus permissive, eu égard à l'importance économique des secteurs traversés. Le RLPI ne réduit pas les formats admis par la Réglementation nationale mais introduit une disposition relative à la densité permettant de lutter contre la surabondance de dispositifs le long des voies.

La ZP3b, qui couvre les abords des traversées de centralités urbaines, admet l'ensemble des dispositifs (au sol, mural et mobilier urbain) en limitant leur format à 4.70m² pour les dispositifs muraux et au sol et à 8m² pour les dispositifs sur mobilier urbain. Le RLPI est plus restrictif en matière de densité, en interdisant tout dispositif sur les unités foncières dont la longueur bordant la voie est inférieure à 50m et en admettant un dispositif maximum pour les unités foncières dont la longueur est supérieure à 50m.

La ZP3c qui couvre les abords des traversées de centralités villageoises, admet seulement les dispositifs publicitaires muraux et sur mobilier urbain, dans la limite de 2m² et limite la densité à 1 dispositif par unité foncière. Ces règles visent à éviter la dégradation de paysages moins urbanisés.

La ZP3d couvre les emprises portuaires (croisiéristes, chantiers navals). Le RLPI vise à préserver ces zones sensibles d'un point de vue paysager et emblématiques du territoire. Aussi, seules les publicités sur mobilier urbain sont admises, dans la limite de 2m².

La ZP3e couvre l'aéroport de Toulon-Hyères, localisé hors agglomération et bénéficiant de la dérogation à l'article L.581-7 du Code de l'environnement. L'aéroport est le 27^{ème} aéroport national en matière de fréquentation et accueille annuellement plus de 300 000 passagers depuis 2021. Il constitue une porte d'entrée majeure du territoire. La qualité du site joue, au même titre que les axes routiers, un rôle essentiel dans la première image perçue de la Métropole. Cet espace aux besoins singuliers et au rôle de porte d'entrée du territoire métropolitain justifie la définition d'une zone de publicité spécifique. A cet effet, la publicité est admise dans la limite de 10.5m², conformément au Code de l'environnement.

5. Justifications des dispositions particulières aux zones de publicités n°4 – Zones économiques

Dispositifs publicitaires	ZP4a	ZP4ap	ZP4b	ZP4c
Densité	UF < 30m : interdit 30m < UF > 80m : 1 dispositif UF > 80m : 2 dispositifs avec inter-distance de 40m.			Sans objet
Mural	Admis 10.5m ²		Admis 4.70m ²	Interdit
Au sol	Admis 10.5m ²		Admis 4.70m ²	Interdit

Mobilier urbain	Admis 8m ²	Interdit
Numérique	Admis 4m ²	Interdit

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur puisqu'elles drainent une part importante de la population et concentrent une partie non négligeable de l'affichage du territoire du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y exerçant. Au sein de ces zones, la succession et la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle (préenseignes et publicités, panneau d'entrée de zone commerciale), aussi bien que la disproportion du rapport d'échelle entre le dispositif et le public visé, nuisent à la bonne visibilité de chaque activité et compliquent l'orientation de l'usager, qu'il soit automobiliste, cycliste ou piéton.

Ce constat mène à conclure que les zones d'activités et commerciales souffrent d'un problème d'image : lisibilité complexifiée des messages, formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, localisation "sauvage" et peu efficace des dispositifs, etc. Face à ce constat, la micro-signalétique (Signalétique d'Intérêt Local SIL et Relais d'Information Service RIS) peut être une alternative à la démultiplication du nombre de préenseignes. Bien qu'hors champ de compétence du RLPI, ces dispositifs, lorsqu'ils sont bien conçus et implantés, s'intègrent dans le paysage, qu'il soit urbain ou rural. Ils permettent notamment de compenser le nombre et la diversité des préenseignes. Ainsi, le RLPI ne peut qu'encourager le recours à ces pratiques, et tout particulièrement en zone d'activités économiques et commerciales.

Au regard de l'envergure des espaces concernés et de l'importance économique communale qu'ils occupent, en prenant en compte le nécessaire besoin de « dé-densification du champ visuel » et pour garantir l'expression de l'ensemble des acteurs économiques concernés, les choix effectués conduisent à admettre toutes les typologies de dispositifs (au sol, au mur, sur mobilier urbain). Le RLPI encadre toutefois la densité des dispositifs afin d'agir en faveur du désencombrement du champ visuel, en limitant le nombre de dispositifs admis par unité foncière.

Au sein des zones d'activités à rayonnement régional (ZP4a et ZP4ap), une marge de manœuvre plus importante est laissée en matière de format puisque le RLPI n'impose pas de format inférieur à ceux imposés par la Réglementation nationale (10.5m²).

Au sein des zones d'activités à rayonnement local, le RLPI adapte les formats des dispositifs pour optimiser la lisibilité des activités et des informations sur ces espaces à enjeux. L'objectif recherché est une plus grande cohérence des rapports d'échelles entre les supports, les dispositifs et les usages de l'espace public, tout en offrant l'opportunité de limiter le nombre de publicités dans les paysages.

Concernant la publicité numérique, celle-ci est admise dans la limite d'une surface unitaire maximale de 4m² en ZP4a et ZP4ap et interdite en ZP4b et ZP4c. Ce choix se justifie par la volonté du territoire de maîtriser le développement de ces technologies en prenant en considération son impact visuel fort.

Chapitre 3 : Justification des choix réglementaires relatifs aux enseignes

I. Prescriptions communes à l'ensemble des zones

1. Interdictions d'enseignes (EG.1)

Le RLPI interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme souvent peu qualitative et susceptible de nuire à la qualité architecturale des bâtiments sur lesquels ils sont apposés (garde-corps, balcons, décors et modénatures de façade, fenêtres...) ou à l'environnement naturel (arbres, éléments de végétation).

2. Intégration architecturale de l'enseigne (EG.2)

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne.

Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), il s'agira de veiller à ce que :

- L'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- L'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ;
- Le choix des matériaux et couleurs des enseignes scellées sur façade se fasse en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées ;
- Les plaques professionnelles ne nuisent pas à la lisibilité du décor.

3. Dispositions spécifiques applicables aux enseignes situées dans les secteurs d'intérêt patrimonial (EG.3)

Afin de préserver et de mettre en valeur le caractère patrimonial de certains secteurs et de garantir une égalité de traitement pour l'ensemble des secteurs d'intérêt patrimonial, le règlement précise que ces derniers se voient appliquer les règles de la ZP1ap.

Le règlement précise également que l'installation d'une enseigne au sein de ces secteurs nécessite au préalable l'accord de l'Architecte des bâtiments de France.

4. Dispositions spécifiques applicables dans les cônes de vue (EG.4)

Afin de préserver les cônes de vue identifiés au règlement graphique, le règlement écrit comporte une règle spécifique limitant la superficie et la hauteur des enseignes au sol.

5. Enseignes sur vitrines, baies (EG.5)

Le règlement encadre la superficie et l'aspect des enseignes sur vitrines et baies de manière à éviter la surabondance de dispositifs en façade, susceptible de nuire à la qualité du bâti. Au regard des caractéristiques architecturales patrimoniales des bâtiments, cette disposition est renforcée dans les secteurs d'intérêt patrimonial cités à l'article EG.3.

6. Enseigne lumineuse (EG.6)

Considérant que les enseignes lumineuses peuvent impacter de façon significative le paysage urbain et l'environnement au sens large, le RLPI réglemente strictement ce type de dispositifs.

D'une part, l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses (dont numériques) contribue, en cohérence avec la réglementation des publicités, à limiter les impacts de la pollution lumineuse sur le cadre de vie des riverains et sur la biodiversité. Dans un souci de cohérence du paysage urbain nocturne, et comme permis par les évolutions législatives (Loi du 21/08/2021 portant lutte contre le dérèglement climatique), le RLPI étend cette plage d'extinction nocturne aux enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou baies.

D'autre part, le RLPI n'autorise les enseignes numériques qu'en ZP4a et ZP4ap. Les dispositions spécifiques à cette zone permettent de limiter la présence de dispositifs dont l'impact dans la perception du paysage diurne et nocturne est non négligeable du fait de leur luminosité. En effet, la luminosité et le caractère mouvant des dispositifs numériques attirent le regard et nuisent à leur intégration paysagère.

7. *Enseignes temporaires (EG.7)*

Le RLPI encadre le format des enseignes temporaires selon leur durée d'installation (plus ou moins de 3 mois) et interdit les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites, au regard de leur fort impact paysager.

8. *Entretien et dépose (EG.8)*

Afin de se prémunir du mauvais entretien des enseignes ou de la non-dépose de celle-ci en cas de cessation d'activité, le RLPI rappelle l'article R581-58 du Code de l'environnement et la renforce en indiquant que dans le cas où l'enseigne n'est pas déposée après les trois mois de cessation de l'activité, le propriétaire des murs est tenu de remettre les lieux en état.

II. Dispositions particulières applicables dans chacune des zones concernant la publicité

Dans un souci de simplification, la réglementation qui s'impose aux enseignes est divisée en trois groupes de zones :

- ZP1a et ZP1ap
- ZP0, ZP1b, ZP2, ZP2L, ZP3a, ZP3b, et ZP3c
- ZP3d, ZP3e et ZP4

Le rapport de présentation reprend cette division en trois groupes afin de faciliter la compréhension du règlement et d'appréhender au mieux la cohérence entre les différentes zones.

1. *Justification des dispositions particulières aux zones de publicité n°1a et 1ap*

Dans la mesure où les ZP1 et ZP1ap couvrent des centres historiques des villes et villages, des noyaux villageois ainsi que les périphéries des sites patrimoniaux remarquables, revêtant des caractères identitaires et patrimoniaux, une vigilance particulière est portée à l'intégration des enseignes dans leur environnement bâti et paysager.



Zonage RLPI

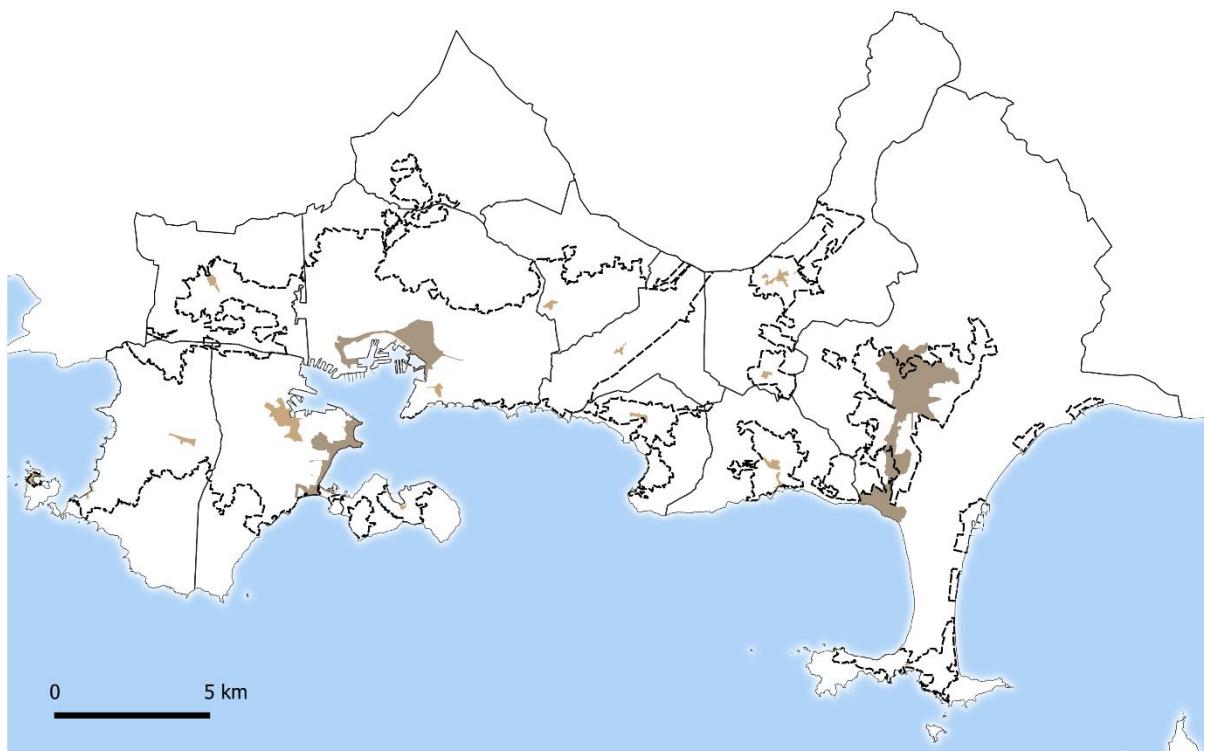
ZP1ap_ :
Sites Patrimoniaux
Remarquables,
Centres historiques
et noyaux villageois

ZP1a :
Centre historique,
noyaux villageois

**Zones
agglomérées**

Communes

Mer



Dispositifs publicitaires	ZP1a	ZP1ap
Sur toiture	Interdit	
Parallèle à la façade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 par façade et par activité (principale et latérale) ; ▪ 1 supplémentaire si façade $\geq 15m$. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 par façade et par activité ▪ 1 supplémentaire si façade $\geq 15m$.
Sur mur de clôture et clôture	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enseigne principale : 40 cm de hauteur max – 80cm si façade $> 50m^2$; ▪ Enseigne latérale : $0.5m^2$ max ; ▪ Lettrage découpé ou lettres peintes ; ▪ Interdiction des supports souples. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enseigne principale : 40 cm de hauteur max – 80cm si façade $> 50m^2$; ▪ Enseigne latérale : $0.5m^2$ max ; ▪ Lettrage découpé ou lettres peintes ; ▪ 1 seule ligne ; ▪ Interdiction des supports souples.
Perpendiculaire à la façade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 par façade et par activité. ▪ Interdites en étage. ▪ Hauteur max : 0.5m 	
Au sol < 1m²	<u>Domaine public</u> : conformité au règlement d'occupation du domaine public.	

Dispositifs publicitaires	ZP1a	ZP1ap
	Domaine privé : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 par activité ▪ 0.70m² de surface et 1.30m de hauteur max. ▪ Aspect : type porte-menu, chevalet. 	
Au sol > 1m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis si bâtiment d'activité en recul de plus de 10m du domaine public ou non visible et qu'il ne dispose pas déjà d'une enseigne sur un mur de clôture. ▪ Mutualisation obligatoire en cas de plusieurs activités implantées sur une même unité foncière. ▪ Surface unitaire : 2m² max – H : 3m 	
Sur store	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis si absence d'enseigne en façade ▪ 1 par façade et par activité ▪ 1 supplémentaire si façade > 15m. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uniquement sur lambrequin. ▪ Hauteur des lettrages et signes ne doit pas excéder les 4/5ème de la hauteur du lambrequin – 20cm max.
Sur marquise ou auvent	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marquise : interdit ▪ Auvent : <ul style="list-style-type: none"> - <i>Admis si système de filins</i> - <i>1 par façade et par activité</i> - <i>H : 0.40m</i> - <i>Lettres découpées ou peintes.</i> 	
Lumineuse	Admis sauf en cœur de parc national. Eclairage par projection de type Gobo et par transparence interdit.	
Numérique	<u>Extérieur</u> : interdit Intérieur : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis dans la limite de 1 par activité le long de chaque voie ▪ Surface unitaire : 25% de la surface de la baie dans la limite de 1m². 	

Considérant que les enseignes sur toiture peuvent impacter de façon significative le paysage urbain, et au regard des enjeux patrimoniaux propres aux zones ZP1a et ZP1ap, le RLPI interdit strictement ces dispositifs. En effet, placés en hauteur au-dessus des bâtiments, souvent de grande dimension, ces enseignes sont généralement très perceptibles dans le paysage urbain.

En façade, afin de limiter l'accumulation des dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments, le nombre d'enseignes par activité est limité à 2 en ZP1a et 1 en ZP1ap, auxquelles peut s'ajouter une enseigne perpendiculaire à la façade. En outre, les lettres découpées ou peintes sont imposées afin de mettre en valeur le patrimoine bâti présent dans cette zone et de ne pas porter atteinte à l'architecture.

Une attention particulière est également portée aux enseignes sur store afin de ne pas surcharger les façades de bâtiments. Suivant ce même objectif de protection du caractère historique des zones concernées, le RLPI encadre les dispositifs apposés sur marquise ou auvent. En effet, au regard de leur proximité à la voie publique et de leur visibilité accrue, l'implantation d'une enseigne sur ces éléments de façade sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur le paysage urbain. Ainsi, afin de mettre en valeur les marquises lorsque les bâtiments en sont dotés, les enseignes y sont interdites, tandis que les enseignes sur auvent sont autorisés sous conditions.

Si les enseignes au sol de moins de 1m² sont autorisées, dans le respect de conditions assurant leur intégration dans le tissu urbain, les enseignes au sol supérieures à 1m² ne sont en revanche admises que dans certains cas précis et strictement encadrées. En effet, au regard de la morphologie urbaine des centres historiques, il est souhaité de limiter les obstacles physiques et visuels dans ces secteurs où le tissu bâti est dense et les voiries peu larges.

Concernant les enseignes lumineuses, ces dernières sont admises hors cœur de parc national, pour se conformer à la charte du Parc National de Port-Cros. Afin de respecter la qualité architecturale des bâtiments, les projecteurs de type Gobo sont proscrits, jugés non adaptés au caractère historique de la ZP1a et ZP1ap. L'éclairage par transparence est également proscrit afin de privilégier les dispositifs plus discrets tels que le rétroéclairage.

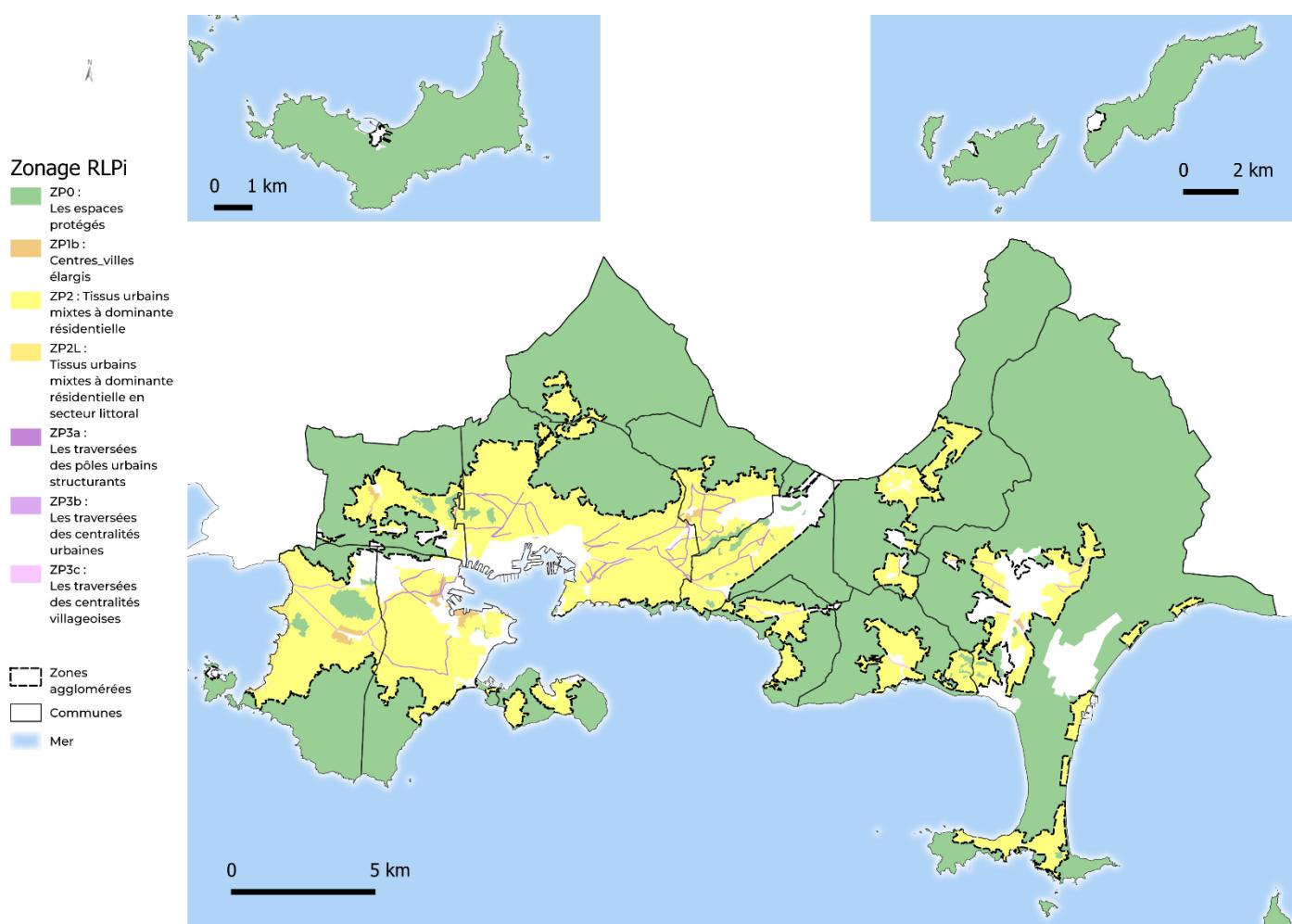
Peu adaptées au caractère historique et identitaires des zones concernées, les enseignes numériques sont interdites en extérieur. Elles sont admises à l'intérieur des vitrines, bien que limitées en taille afin de garantir leur bonne intégration dans le bâti et d'éviter la surabondance de panneaux pouvant nuire aux linéaires commerciaux historiques.

2. Justification des dispositions particulières aux zones de publicité n°0, 1b, 2, 2L, 3a, 3b et 3c

Ces règles s'appliquent à des secteurs dont les besoins en matière d'enseignes sont similaires :

- ZP0 : espaces protégés dont hors agglomération
- ZP1b : centres-villes élargis
- ZP2 : tissus urbains périphériques à dominante résidentielle
- ZP3a, b et c : abords des entrées de ville et traversées de villes et villages.

Ces zones constituent des espaces du quotidien au sein desquels sont présentes des activités mais dont la vocation principale n'est pas commerciale, contrairement aux centres-villes et aux zones d'activités qui concentrent les enjeux en matière d'enseignes.



Dispositifs publicitaires	ZP0	ZP1b	ZP2	ZP2L	ZP3a	ZP3b	ZP3c					
Sur toiture	Interdit											
Parallèle à la façade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 par façade et par activité ; ▪ 2 supplémentaires par tranche de 15m ; ▪ Enseigne principale : 80 cm de hauteur ; ▪ Enseigne latérale : 0.5m² ; ▪ Interdiction des supports souples. 											
Sur mur de clôture et clôture	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur clôture : interdite ▪ Sur mur maçonné : <ul style="list-style-type: none"> ○ 1 par activité le long de chacune des voies ; ○ 1m² / 4m² si lettres découpées ; ○ <i>Interdiction des bâches et supports souples.</i> 											
Perpendiculaire à la façade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 par façade et par activité ; ▪ Interdites en étage ; ▪ Hauteur : 0.8m. 											
Au sol < 1m²	<p><i>Domaine public</i> : conformité au règlement d'occupation du domaine public.</p> <p>Domaine privé :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 par activité ; ▪ 0.70m² ; ▪ 1.30m de hauteur ; ▪ Aspect : type porte-menu, chevalet. 											
Au sol > 1m²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis si bâtiment d'activité en recul de plus de 10m du domaine public ou si la façade n'est pas visible depuis la voie ; ▪ Mutualisation obligatoire en cas de plusieurs activités implantées sur une même unité foncière ; ▪ Supports souples type oriflammes interdits. 	Interdit			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis si bâtiment d'activité en recul de plus de 10m du domaine public ou si la façade n'est pas visible depuis la voie ; ▪ Mutualisation obligatoire en cas de plusieurs activités implantées sur une même unité foncière ; ▪ Supports souples type oriflammes interdits. 							
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire : 2m² – H : 4m ▪ Si mutualisation de plus de 4 activités : 4m² – H : 6.5m 				<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire : 4m² – H : 4m ▪ Si mutualisation de plus de 4 activités : 6m² – H : 6.5m 							
Sur store	Hauteur des lettrages et signes ne doit pas excéder les 4/5ème de la hauteur du lambrequin – 20cm max.											
Sur marquise ou auvent	Admis si hauteur max = 50cm et lettrage découpé obligatoire											
Lumineuse	Admis											
Numérique	<p><u>Extérieur</u> : interdit</p> <p>Intérieur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis dans la limite de 1 par activité le long de chaque voie ▪ Surface unitaire : 25% de la surface de la baie dans la limite de 1m². 											

Au sein de ces zones, le RLPI favorise les enseignes en façade, moins impactantes visuellement du fait de leur inscription sur la façade et ne provoquant pas d'encombrement de l'espace. Aussi, les autres types d'enseignes sont autorisés mais strictement réglementés afin de garantir leur bonne intégration bâtie et paysagère. Les enseignes en façade sont, elles, limitées en nombre et en format de manière à limiter l'accumulation de dispositifs venant encombrer les façades.

Considérant que les enseignes sur toiture peuvent impacter de façon significative le paysage urbain, et au regard des enjeux d'apaisement des zones concernées, le RLPI interdit strictement ces dispositifs. En effet, placés en hauteur au-dessus des bâtiments, souvent de grande dimension, ces enseignes sont généralement très perceptibles dans le paysage urbain et apparaissent peu adaptées aux objectifs fixés par la Métropole de Toulon Provence Méditerranée pour les secteurs concernés.

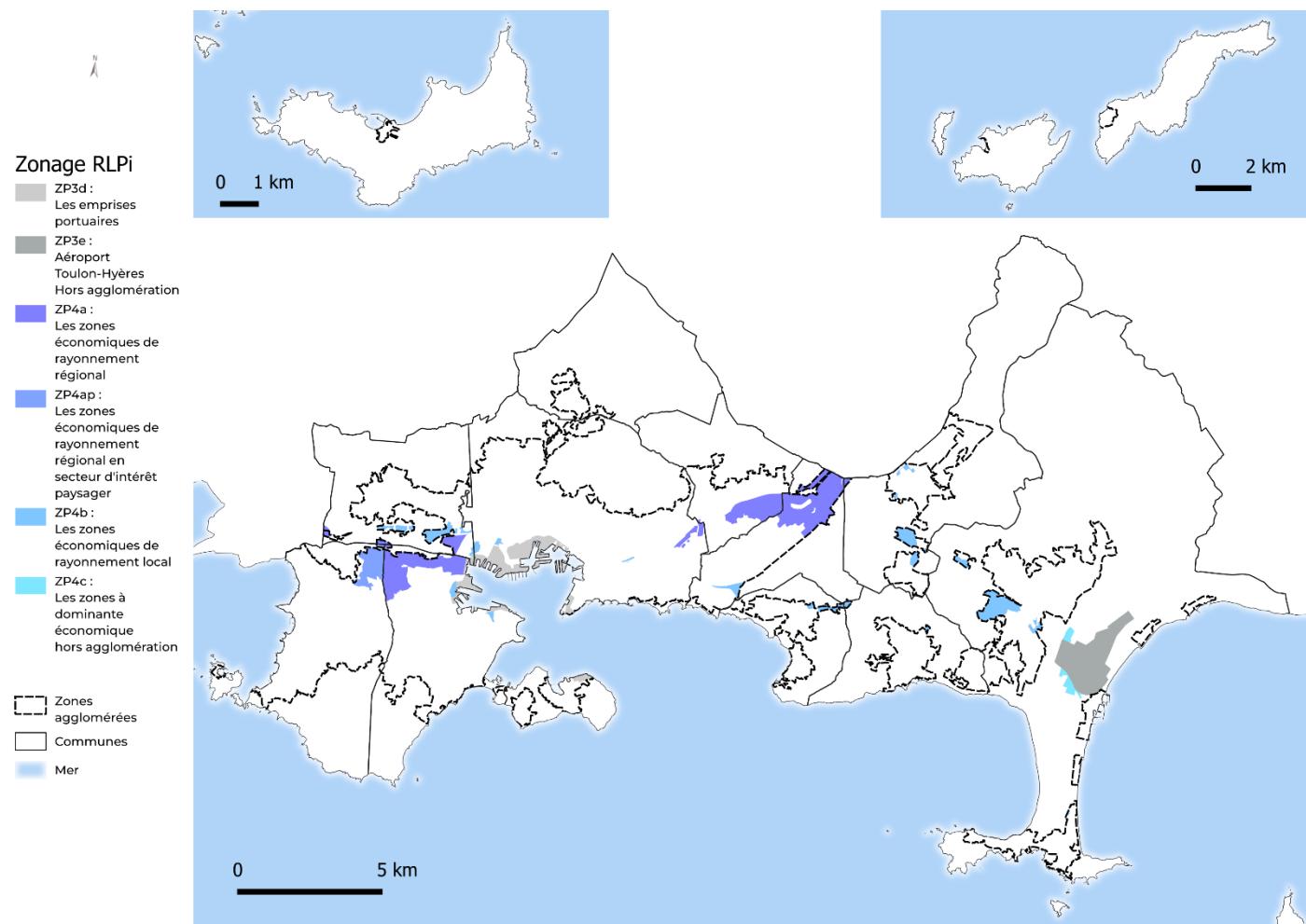
Au regard de la nature des zones concernées, le RLPI restreint également l'implantation d'enseigne sur clôture et mur de clôture. En effet, ces types de dispositifs peuvent être responsables d'une banalisation du paysage, fréquentes le long des axes d'entrées de ville, et qui dégraderaient le cadre de vie des secteurs à dominante résidentielle.

Afin de maintenir le caractère naturel (ZP0) ou de répondre à la volonté d'apaisement des zones résidentielles (ZP2) et des entrées de territoire (ZP3), les enseignes au sol de plus de 1m² sont strictement réglementées. L'objectif de ces règles est de privilégier les enseignes en façade qui s'intègrent davantage au paysage. Dans un souci de préservation et de valorisation du littoral, les enseignes au sol de plus de 1m² sont interdites en ZP2L. Ces dernières sont en effet susceptibles de nuire aux vues qu'offre le territoire sur le paysage maritime caractéristique de la Métropole TPM.

Les enseignes au sol inférieures à 1m² sont limitées en nombre (1 par activité), en format (0.70m²) et en typologie (porte-menus, chevalet) afin de s'assurer qu'elles s'intègrent qualitativement aux zones concernées.

Dans cette même optique, le RLPI interdit les enseignes numériques à l'extérieur. Elles sont admises à l'intérieur des vitrines selon des dispositions garantissant leur bonne intégration paysagère.

3. Justification des dispositions particulières aux zones de publicité n°3d ; 3e et 4



Dispositifs publicitaires	ZP3d	ZP3e	ZP4A	ZP4AP	ZP4B	ZP4c		
Sur toiture	Interdit		<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 par activité ; ▪ Sur toit terrasse uniquement ; ▪ H : 1/5ème de la hauteur de la façade – 3m max ; ▪ Lettrage découpé. 	Interdit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis uniquement pour les activités dont la surface de vente $\geq 1000\text{m}^2$; ▪ 1 par activité ; ▪ Sur toit terrasse uniquement ; ▪ H : 1/5ème de la hauteur de la façade – 3m max. ; ▪ Lettrage découpé. 	Interdit		
Parallèle à la façade	Non réglementé							
Sur mur de clôture et clôture			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis si le bâtiment est en recul de plus de 10m du domaine public, ou non visible et qu'il ne dispose pas déjà d'une enseigne au sol ; ▪ 1 par activité le long de chacune des voies ; ▪ 4m² max ; ▪ Bâches et supports souples interdits. 	Interdit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis si le bâtiment est en recul de plus de 10m du domaine public, ou non visible et qu'il ne dispose pas déjà d'une enseigne au sol ; ▪ 1 par activité le long de chacune des voies ; ▪ 2m² max ; ▪ Bâches et supports souples interdits. 			
Perpendiculaire à la façade	1 par façade et par activité.			Saillie max : 1m	1 par façade et par activité.			
Au sol < 1m²	<p><u>Domaine public</u> : conformité au règlement d'occupation du domaine public.</p> <p><u>Domaine privé</u> : 1 dispositif par tranche de 10m linéaire entamée dans la limite de 3 dispositifs max.</p> <p>▪ Installée au sol : hauteur max 2m ; ▪ Scellée au sol : hauteur max 4m.</p>							
Au sol > 1m²	<p>Admis si le bâtiment est en recul de plus de 10m du domaine public, ou non visible et qu'il ne dispose pas déjà d'une enseigne au sol.</p> <p>Mutualisation obligatoire en cas de plusieurs activités implantées sur une même unité foncière (format totem)</p>							

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire : $4m^2 - H : 4m$ ▪ Si mutualisation de plus de 4 activités : $6m^2 - H : 6.5m$ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire : $8m^2 - H : 4m$ ▪ Si mutualisation de plus de 4 activités : $10m^2 - H : 6.5m$ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire : $e : 8m^2 - H : 4m$ ▪ Si mutualisation de plus de 4 activités : $10m^2 - H : 4m$ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire : $4m^2 - H : 4m$ ▪ Si mutualisation de plus de 4 activités : $6m^2 - H : 6.5m$
Sur store	Hauteur des lettrages et signes ne doit pas occuper la totalité de la hauteur du lambrequin.			
Sur marquise ou auvent	Admis si hauteur max = 1m			
Lumineuse	Admis			
Numérique	<u>Extérieur</u> : interdit	<u>Extérieur</u> : admis uniquement sur un support mural – $4m^2$ et à image fixe	<u>Extérieur</u> : admis uniquement sur un support mural – $2m^2$ et à image fixe	<u>Extérieur</u> : interdit
	Intérieur : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis dans la limite de 1 par activité le long de chaque voie ; ▪ Surface unitaire : 25% de la surface de la baie dans la limite de $2m^2$. 	Intérieur : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis dans la limite de 1 par activité le long de chaque voie ; ▪ Surface unitaire : 25% de la surface de la baie dans la limite de $4m^2$. 	Intérieur : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Admis dans la limite de 1 par activité le long de chaque voie ; ▪ Surface unitaire : 25% de la surface de la baie dans la limite de $2m^2$. 	

L'enjeu majeur des zones aéroportuaires (ZP3d et ZP3e) en matière d'enseigne réside dans la réduction des dispositifs proéminents dans le paysage. En effet, ces zones constituent des portes d'entrée du territoire et participent à ce titre à son attractivité touristique. Les dispositifs présentant un impact fort sur le paysage telles que les enseignes en toiture, particulièrement visibles, sont ainsi interdites. Les enseignes au sol sont limitées en nombre et en format afin de privilégier les enseignes en façade, qui s'intègrent mieux dans le paysage.

Au sein des zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. La volonté d'« aérer » le paysage urbain des zones commerciales constitue une orientation forte du RLPI.

Au regard de l'impact paysager fort des enseignes en toiture, celles-ci sont seulement autorisées au sein des zones d'activités à rayonnement régional (ZP4a) et local (ZP4b), tout en étant limitées en nombre et en format.

Les enseignes parallèles à la façade étant très représentées au sein des zones d'activités économiques et commerciales et les gabarits des bâtiments étant divers, le nombre d'enseignes en façade n'est pas précisé par le RLPI et les règles du RNP s'appliquent. Celles-ci permettent de maîtriser la surface cumulée des enseignes en façade via un pourcentage d'occupation maximal de la surface de la façade commerciale concernée (15% ou 25%). Le diagnostic n'ayant pas relevé d'enjeu spécifique lié à l'intégration paysagère des enseignes en façade au sein de ces secteurs, les dispositions du RNP ont été jugées pertinentes et suffisantes pour les encadrer.

Le diagnostic a relevé un nombre important d'enseignes sur clôtures, particulièrement présentes au sein des zones d'activités et dont l'intégration paysagère laisse à désirer. Aussi, le RLPI a fait le choix de limiter leur implantation et leur format et de les interdire ZP4ap, du fait de l'intérêt patrimonial de ce secteur.

Afin de lutter contre la surabondance de dispositifs et la banalisation des paysages, le RLPI limite strictement les possibilités d'installation d'enseignes au sol, inférieure ou supérieure à $1m^2$. Les zones d'activités sont particulièrement concernées par la présence d'enseignes au sol inférieures à $1m^2$, prenant souvent la forme d'oriflammes ou de totem, et dont la facilité d'installation favorise la surabondance, voire participe à un phénomène de surenchère entre activités. Afin de limiter leur impact dans le paysage, le RLPI instaure une condition liée au linéaire d'unité foncière déterminant le nombre autorisé, et une hauteur maximale.

Les enseignes au sol supérieures à 1m², souvent en grand nombre et de grande dimension, engendrent une dégradation du paysage, avec une forte empreinte visuelle des dispositifs, une perte de lisibilité des différentes informations et messages et une perte de lisibilité de certains bâtiments d'activité implantés le long de ces axes, qui se retrouvent en second plan visuel. Afin d'apaiser les zones d'activités et d'améliorer la lisibilité des messages véhiculés, le RLPI n'autorise les enseignes au sol de plus de 1m² que si le bâtiment n'est pas visible depuis la voie ouverte à la circulation publique ou qu'il est situé à plus de 10m de celle-ci et à la condition qu'une enseigne au sol ne soit pas déjà implantée. Le cas échéant, les enseignes au sol sont limitées à 4m², à l'exception des zones d'activités de rayonnement régional (ZP4a et ZP4ap) où elles sont limitées à 8m².

Dans un souci de cohérence avec le dynamisme économique et les flux importants d'usagers de ces zones, les enseignes numériques extérieures ne sont autorisées qu'au sein des zones d'activités de rayonnement régional et limitées aux dispositifs muraux de 4m² ou 2m² (ZP4ap) à image fixe afin de réduire leur impact visuel. A l'intérieur des vitrines, le RLPI autorise les dispositifs numériques dans l'ensemble des zones, en limitant leur nombre et leur surface, afin d'éviter la surabondance de dispositifs particulièrement impactant en façade.

Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



Table des figures

FIGURE 1 : CARTE DES COMMUNES DE LA MÉTROPOLE TPM	11
FIGURE 2: CARTE DES UNITES ECO-GEOGRAPHIQUES SOURCE : ATLAS DES PAYSAGES DU VAR	12
FIGURE 3 : LE CAP SICIE (LA SEYNE)	13
FIGURE 4 : VUE DEPUIS LE MASSIF DU GROS CERVEAU (SANARY-TOURISME)	13
FIGURE 5 : LE BRUSC (TERRES DE PROVENCE EN MEDITERRANEE)	13
FIGURE 6 : ENTITES PAYSAGERES. SOURCE DIAGNOSTIC TERRITORIAL PLU DE SIX-FOURS-LES-PLAGES	13
FIGURE 7 : COMPOSITION PAYSAGERE SOURCE : RAPPORT DE PRESENTATION PLU D'OLLIOULES	14
FIGURE 8 : LE CAP SICIE (LA SEYNE)	14
FIGURE 9 : VUE DEPUIS LE MASSIF DU GROS CERVEAU (SANARY-TOURISME)	14
FIGURE 10 : LE BRUSC (TERRES DE PROVENCE EN MEDITERRANEE)	14
FIGURE 11 : LA RADE DEPUIS LA MER (CONSERVATOIRE DU LITTORAL)	15
FIGURE 12 : LA SEYNE, PORT DE SAINT ELME (MÉTROPOLE TPM)	15
FIGURE 13 : LE PRADET, PORT DE OURSINIERES (MÉTROPOLE TPM)	15
FIGURE 14 : CAP BENAT VU DEPUIS LE SEMAPHORE (CONSERVATOIRE DU LITTORAL)	16
FIGURE 15 : PORT CROS (OFFICE DU TOURISME DE MEDITERRANEE PORTE DES MAURES)	16
FIGURE 16 : PRESQU'ILE DE GIENS (CONSERVATOIRE DU LITTORAL)	16
FIGURE 17 : DEPRESSION PERMIENNE (DREAL)	17
FIGURE 18 : PIERREFEU-DU-VAR (OFFICE DU TOURISME)	17
FIGURE 19 : LA CRAU (VILLE DE LA CRAU)	17
FIGURE 20 : VUE SUR LE MONT FARON ET LE LITTORAL METROPOLITAIN DEPUIS LE MONT CAUME (SOURCE EVEN : OCTOBRE 2020)	18
FIGURE 21 : MASSIF DES MAURES (ONF)	19
FIGURE 22: RESEAU ROUTIER STRUCTURANT DE LA MÉTROPOLE TPM	33
FIGURE 23: RESEAU DES TRANSPORTS PUBLICS SUR LA MÉTROPOLE // SOURCE : WWW.RESEAUMISTRAL.COM	34
FIGURE 24 : TECHNOPOLE DE LA MER BASE MARINE - LA SEYNE-SUR-MER	39
FIGURE 25 : ZA SAINT-LAURENT - LA SEYNE-SUR-MER	40
FIGURE 26 : LE POLE D'ACTIVITES OUEST DE L'AIRE TOULONNAISE EN 2015 (SOURCE SCOT PROVENCE MEDITERRANEE)	40
FIGURE 27 : PARC D'ACTIVITE TOULON-Est – LA GARDE	41
FIGURE 28 : ZA LES PLANTADES – LA GARDE	41
FIGURE 29 : ZA VALGORA - LA VALETTE DU VAR	41
FIGURE 30 : PARC D'ACTIVITE TOULON EST - LA GARDE	41
FIGURE 31 : LE POLE D'ACTIVITES EST DE L'AIRE TOULONNAISE EN 2015 (SOURCE SCOT PROVENCE MEDITERRANEE)	42
FIGURE 32 : ZPR 1, 2, 3 VILLE DE LA CRAU	152
FIGURE 33 : ZPR LA MOUTONNE LA CRAU	152
FIGURE 34 : ZONAGE DU RLP DE LA GARDE	154
FIGURE 35 : ZONAGE DU RLP DE HYERES-LES-PALMIERS	156
FIGURE 36 : ZONAGE DU RLP D'OLLIOULES	158
FIGURE 37 : ZONAGE DU RLP DE TOULON	161
FIGURE 38 : ZONAGE DU RLP DE LA VALETTE DU VAR	163
FIGURE 39 : ZONAGE DU RLP DU PRADET	164
FIGURE 40 : ZONAGE DU RLP DE SIX-FOURS-LES-PLAGES	166
FIGURE 41 : EXEMPLES D'ESPACES PRESERVES DE L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE	87
FIGURE 42 : EXEMPLE D'ESPACES PRESENTANT UNE FORTE DENSITE D'AFFICHAGE	88
FIGURE 43 : EXEMPLES D'ESPACES PRESENTANT UN AFFICHAGE PONCTUEL	89
FIGURE 44 : FORTE DENSITE DE DISPOSITIFS AU SOL A LA GARDE, LE LONG DE LA D559	93
FIGURE 45 : FORTE DENSITE DE DISPOSITIFS AU SOL A CARQUEIRANNE, LE LONG DE LA D559	93
FIGURE 46 : FORTE DENSITE DE DISPOSITIFS MURAUX A OLLIOULES, LE LONG DE LA D11	94
FIGURE 47 : FORTE DENSITE DE DISPOSITIFS AU SOL A LA VALETTE-DU-VAR, LE LONG DE LA D46	94
FIGURE 48 : EXEMPLES DES ZONES COMMERCIALES DE LA GARDE ET LA VALETTE-DU-VAR	96
FIGURE 49 : EXEMPLES DES ZONES COMMERCIALES LA SEYNE-SUR-MER ET SIX-FOURS LES-PLAGES	97
FIGURE 50 : EXEMPLES DES ZONES COMMERCIALES D'OLLIOULES	97
FIGURE 51 : EXEMPLES D'AFFICHAGE SUR MOBILIER URBAIN RENCONTRES DANS LES CENTRES-VILLES	99
FIGURE 52 : EXEMPLES DE DISPOSITIFS INSTALLEES DIRECTEMENT SUR LE SOL RENCONTRES DANS LES CENTRES-VILLES	99
FIGURE 53 : EXEMPLES DE DISPOSITIFS RENCONTRES DANS LES CENTRES-VILLES, POLES SECONDAIRES ET FAUBOURGS	100
FIGURE 54 : EXEMPLES D'ENSEIGNES DE QUALITE RENCONTREES SUR LE TERRITOIRE, S'INTEGRANT DE FAÇON HARMONIEUSE AU BATI	106
FIGURE 55 : EXEMPLES D'ENSEIGNES APPOSEES AU SOL A LA GARDE	106
FIGURE 56 : EXEMPLES D'ENSEIGNES MOINS QUALITATIVES QUI PEUVENT IMPACTER LA QUALITE ARCHITECTURALE DU SITE	107
FIGURE 57 : EXEMPLES D'ENSEIGNES EN FAÇADE	109
FIGURE 58 : EXEMPLES D'ENSEIGNES AU SOL	110
FIGURE 59 : EXEMPLES D'ENSEIGNES MUTUALISEES, FORMAT TOTEM	110
FIGURE 60 : EXEMPLES D'ENSEIGNES EN TOITURE	111

FIGURE 61 : EXEMPLES D'ENSEIGNES SUR MUR DE CLOTURE OU CLOTURE.....	111
FIGURE 62 : EMPRISE DE LA ZP1	122
FIGURE 63 : EMPRISE DE LA ZP2	123
FIGURE 64 : EMPRISE DE LA ZP3	124
FIGURE 65 : EMPRISE DE LA ZP4	126

Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



Annexes

Annexe 1 – Analyse détaillée des RLP communaux

1.1. RLP de la commune de La Crau

1.1.1. Les zones de publicité du RLP

4 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- **La ZPR1** s'étend de part et d'autre de chacune des voies mentionnées ci-après sur une distance de 20 m partant de tout point de leur axe central :
 - Av du général De Gaulle (de l'av de la libération à l'av Frédéric Mistral)
 - Av Lieutenant Jean Toucas, rue Renaude, Bd de la République, Espace Natte, Pl F. Reynaud,
 - Av de Libération, rue de la Panouche, Pl du Rossignol, Allée de la Mésange, Pl Jean Jaurès,
 - Av de la 1^{ère} D.F.L., rue Aspirant François Philippe, rue de la Liberté, place de Lattre De Tassigny
 - Pl Victor Hugo, Av de la Gare
 - Av du 8 mai (du rondpoint Bir Hakeim à l'av du G de Gaulle)
- **La ZPR2** s'étend de part et d'autre de chacune des voies mentionnées ci-après sur une distance de 30 m partant de tout point de leur axe central
 - Agglomération de La Crau :
 - En totalité :
 - Rue du 22^{ème} B.M.N.A.,
 - Av de Toulon,
 - Rue du Patrimoine,
 - Av de Limans,
 - Rte de Pierrefeu
 - En partie :
 - Av du 8 mai 1945 (du rond-point des Harkis au rond-point Bir Hakeim)
 - Av Frédéric Mistral, (de l'av Ch de Gaulle à la rue du jardin Notre Dame)
 - Av Pasteur, (de l'av de la libération à l'impasse Claude Bernard pour le côté fleuve Gapeau), et de l'av de la libération à l'impasse Notre Dame pour le côté ville)
 - Av des Faurys, (de l'av de la Libération jusqu'à 50m avant le fleuve du Gapeau)
 - L'av Général De Gaulle (de l'av Frédéric Mistral à l'av de Limans)
 - Agglomération de La Moutonne
 - Chemin de l'Estagnol
 - Avenue Jean Monnet
- **La ZPR3** est constituée par des parties des agglomérations de La Crau, de La Moutonne et des Martins :
 - Non comprise dans la ZPR 1 et ZPR 2
 - Non comprise dans les zones protégées par le Code de l'environnement, par ses décrets d'application et par les dispositions générales du présent règlement.
- **La ZPA** est constituée par l'axe suivant :
 - Chemin long N98 côté nord (de la limite de commune avec La Garde à la rue Abraham Louis Breguet)
 - Chemin long N98 côté sud interdite
 - Une interruption de la ZPA est prévue sur 150 m de part et d'autre de l'autoroute A 570 depuis le milieu du terre-plein central.
 - La ZPA s'étend de part et d'autre de la voie sur une distance de 50 m partant de tout point de l'axe central.

1.1.2. Synthèse des principales dispositions

Interdiction générale : Toute publicité est interdite sur une profondeur de 50 m de part et d'autre des rives du fleuve du Gapeau sur toute la traversée de l'agglomération.

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPA
Publicités et préenseignes				
Sur mur	INTERDITE	8 m ² (10 m ² avec structure) Autorisées uniquement sur les murs pignons Hauteur : 5 m Doublons interdits	INTERDITE	12 m ² (14 m ² avec structure) Autorisées uniquement sur les murs pignons Doublons interdits
Scellée au sol ou installées directement sur le sol	1 dispositif max par U.F Surface : 2 m ² (3 m ² avec structure) Hauteur : 3,50 m Densité : Publicité interdite sur les Unités Foncières < 20ml	1 dispositif max par U.F 8 m ² (10 m ² avec structure) Densité : Publicité interdite sur les Unités Foncières < 20ml Implantation interdite à moins de 30 m d'un rond-point Hauteur : 6 m	INTERDITE	1 dispositif max par U.F 8 m ² (10 m ² avec structure) Densité : Publicité interdite sur les Unités Foncières < 60ml Implantation perpendiculaire à l'axe obligatoire Hauteur : 6 m
Publicité lumineuse	INTERDITE	Autorisée entre les ronds-points sur l'Avenue du Huit Mai 1945	INTERDITE	INTERDITE
Sur mobilier urbain	Surface : 2 m ²	Surface : 8 m ²	Surface : 2 m ²	Surface : 8 m ²
Enseignes				
Enseigne sur toiture ou terrasse	INTERDITE	1 enseigne max / activité et sous réserve qu'elle occupe l'ensemble du bâtiment Hauteur : 3 m max	INTERDITE	1 enseigne max / activité et sous réserve qu'elle occupe l'ensemble du bâtiment Hauteur : 3 m max
Parallèles à la façade	Règles d'implantations particulières selon l'implantation de l'activités (étages) Limité à 20% de la façade pour les établissements de 300m de SHON	Règles d'implantations particulières selon l'implantation de l'activités (étages) Limité à 20% de la façade pour les établissements de 300m de SHON et à 1 enseigne max	Règles d'implantations Pas de limite de surface	Règles d'implantations particulières selon l'implantation de l'activités (étages) Limité à 30% de la façade pour les établissements de 300m de SHON et à 1 enseigne max
Perpendiculaires à la façade	1 enseigne max / activité / façade / voie Hauteur max : 1,10 m / Epaisseur : 0,20 m / Hauteur par rapport au sol : 2,50 m Retrait de 0,50 m par rapport à la largeur du trottoir (lorsque ce dernier est > à 1,10 m)			
Sur balcons ou marquises	1 enseigne max / activité / façade / voie Hauteur max : 0,70 m sans dépasser la limite du garde corps			
Scellées au sol ou apposées au sol	1 enseigne max par voie bordant l'activité Mutualisation obligatoire si plusieurs activités sur une même U.F			1 enseigne max double face ou 2 enseignes simple face par voie bordant l'activité

			Mutualisation obligatoire si plusieurs activités sur une même U.F
	Enseigne unitaire : 1 m X 1 m et épaisseur : 0,30 m Enseigne Totem : largeur de 1 m max et épaisseur : 0,40 m	Enseigne unitaire : 1 m X 1 m et épaisseur : 0,30 m Enseigne Totem : largeur de 1 m max et épaisseur : 0,40 m	Enseigne unitaire : 6 m ² épaisseur : NR Enseigne Totem : largeur de 1,70 m max et épaisseur : 0,40 m
Drapeaux et oriflammes interdits	Drapeaux et oriflammes limités à 3 dispositifs	Drapeaux et oriflammes interdits	Drapeaux et oriflammes limités à 3 dispositifs



Figure 60 : ZPR 1, 2, 3 Ville de La Crau

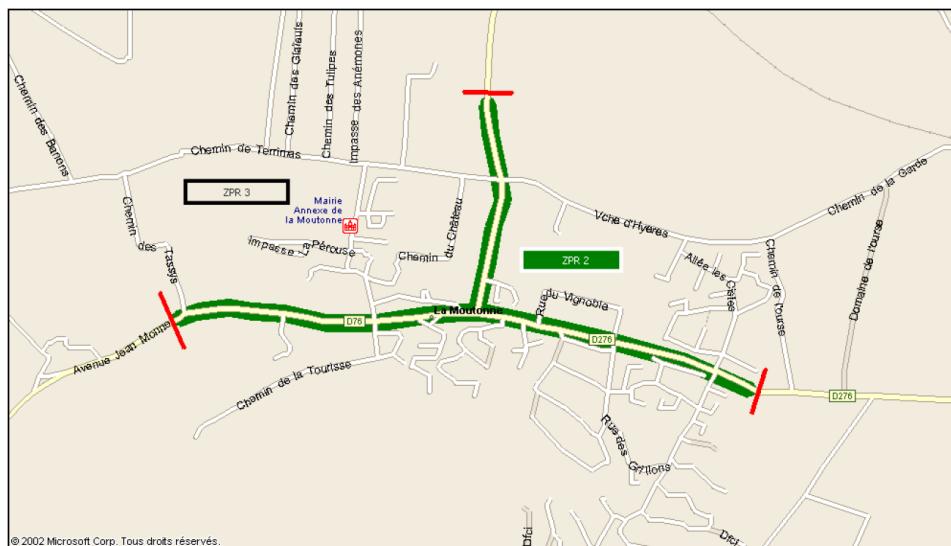


Figure 61 : ZPR La Moutonne La Crau

1.2. RLP de la commune de La Garde

1.2.1. Les zones de publicité du RLP en vigueur

3 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- ZP1 : Zones d'activités

- ZP2 : Zones d'habitat et d'équipements
- ZP3 : Zones espaces patrimoniaux sensibles et dérogatoires de publicité
- Zone hors agglomération

1.2.2. Synthèse des principales dispositions

	ZP1	ZP2	ZP3
Publicités et préenseignes			
Sur toiture ou terrasse	INTERDITE		
Sur mur ou clôture	10 ,5 m ² interdite sur clôtures		INTERDITE
Scellée au sol	10,5 m ²		
Sur mobilier urbain	8 m ²		
Publicité numérique	4 m ² (tous support)	4 m ² sur mobilier urbain uniquement	2 m ²
Enseignes			
Enseigne sur Auvent, marquise	Lettres découpées		INTERDITE
Parallèles à la façade	Non réglementée (Réglementation nationale)		Ne doit pas dépasser les limites du plancher du 1 ^{er} étage
Perpendiculaires à la façade	1 par façade d'une même activité. 1 m max		
Scellées au sol, supérieures à 1 m²	1 dispositif – 8 m ² max et 6m de hauteur Mutualisation obligatoire si plusieurs activités sur une même UF		INTERDITE
Scellées au sol, inférieures à 1 m²	3 dispositifs max	2 dispositifs max	
Sur clôture	1 dispositif max 4m ²	1 dispositif max 2m ²	INTERDITE
Enseigne Numérique	Un dispositif – 4 m ²		INTERDITE
Enseignes temporaires	Interdite sur toiture Au sol : 8m ² Sur clôture : 1 dispositif max		

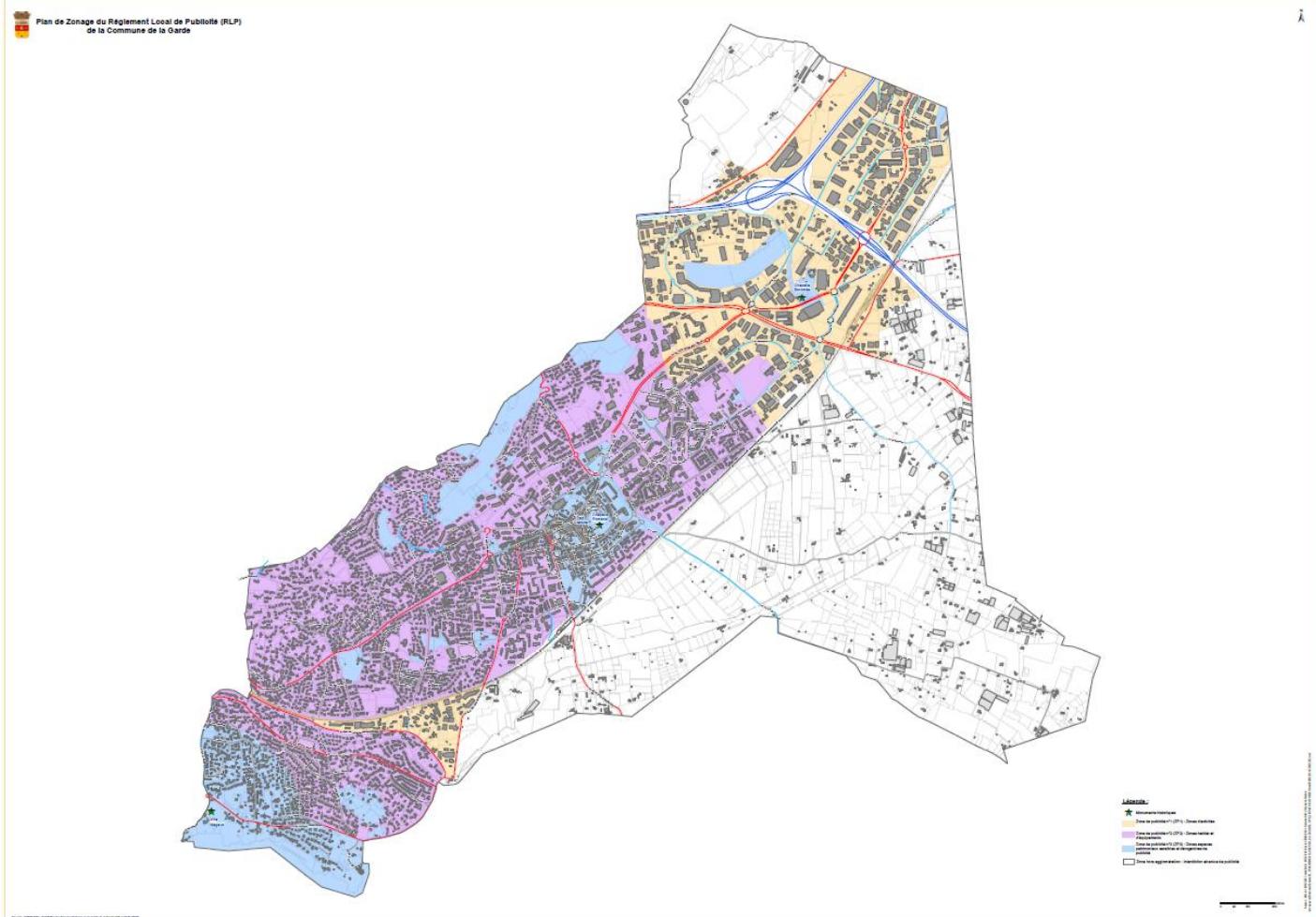


Figure 62 : Zonage du RLP de La Garde

1.3. RLP de la commune de Hyères-les-Palmiers

1.3.1. Les zones de publicité du RLP

8 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- 4 zones de publicité restreinte :
 - ZPR1 – la ville médiévale (secteur 1 du SPR), les agglomérations de Giens, la Madrague et la Tour Fondue, l'île de Porquerolles (sauf la zone portuaire), l'île de Port-Cros et celle du Levant ;
 - ZPR2 – la voie Olbia, le centre-ville (secteur 2 et 3 du SPR), la principale entrée Sud de la ville (avenue Jean Moulin, av Geoffroy Saint Hilaire, rond-point de l'appel du 18 juin et carrefour du pont de la Vilette), les petites agglomérations (la Bayorre, les salins d'Hyères, l'Ayguade, Hyères-Plage, la Capte, l'Almanarre) et la zone portuaire de Porquerolles.
 - ZPR3 – Les autres secteurs résidentiels de la commune ;
 - ZPR4 – Les zones d'activités en agglomération : Roubaud – Saint-Jean, Saint-Martin dans sa partie agglomérée, la Vilette, la Crestade.
- 2 zones de publicité autorisée :
 - ZPA1 – Les zones d'activités hors agglomération : ancien chemin de Toulon (partie Sud), centre commercial centr'Azur, Saint-Martin dans sa partie hors agglomération, Palyvestre, zone d'aéroport.
 - ZPA2 – Les entrées de ville hors agglomération : chemin du Moulin premier (côté Est), rond-point de Saint Gervais, côté Est de la Bayorre, route de l'aéroport, route de l'Almanarre, RD276 (lieux dit des Loubes à Saint Jean), rond-point du Maréchal Juin, partie de la Voie Olbia hors agglomération.

1.3.2. Synthèse des principales dispositions

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4	ZPA1	ZPA2	
Publicités et préenseignes							
Sur toiture ou une terrasse	INTERDITE	INTERDITE					
Sur mur		INTERDITE	12 m ² max Hauteur : 6 m max Densité : Si unité foncière <50m : 0 scellé au sol et 1 sur mur >50 m : 1 sur mur ou scellé au sol >100 m : 1 dispositif supplémentaire avec distance de 80 m minimum	12 m ² max Hauteur : 6 m max Densité : Si unité foncière <100m : 0 scellé au sol et 1 sur mur >100 m : 1 sur mur ou scellé au sol >130 m : 1 dispositif supplémentaire avec distance de 120 m minimum Parking non visible : 1 dispositif pour 6 000 m ² de parking	INTERDITE Sauf les préenseignes sur mats du domaine public et les préenseignes dérogatoires		
Scellée au sol		INTERDITE					
Sur mobilier urbain		Autorisée à l'exclusion du site classé de Porquerolles	AUTORISÉE				
Publicité lumineuse	INTERDITE	AUTORISÉE (Transparence ou éclairage indirecte)				Non réglementée	
Enseignes							
Enseigne sur toiture	INTERDITE			Autorisée uniquement si hauteur du bâtiment < 9m et si l'implantation d'une enseigne à plat est impossible 1 dispositif sur chaque voie ouverte Taille lettre 1 m de haut max et longueur enseigne de 10 m max En lettre découpée uniquement			
Enseigne sur clôture	INTERDITE		1 par activité 0,80m x 0,80m 2m de haut x 1m de large 0,80m x 0,80m				
Parallèle à la façade	1 par commerce 6 m ² max (< à ¼ de la devanture) 50 cm de haut max	1 par commerce 6 m ² max 2 m ² max si caisson lumineux (< à ¼ de la devanture) 12 m ² max si activité comprend l'ensemble de l'immeuble 50 cm de haut max	Nombre non réglementé. 24 m ² max et 6 m ² max si caisson lumineux (< à ¼ de la devanture) 1 m de haut max		12 m ² max si activité comprend l'ensemble de l'immeuble 1 par commerce		
Perpendiculaires à la façade	Autorisée seulement si absence de dispositif scellé au sol	Autorisée seulement si absence de dispositif scellé au sol 1 dispositif par linéaire de 10 m de façade Hauteur minimale 3m	Autorisée seulement si absence de dispositif scellé au sol 1 dispositif par activité		Autorisée seulement si absence de dispositif scellé au sol		

	1 par façade commerciale			1 dispositif par linéaire de 10 m de façade
	0,60m x 0,60m à Porquerolles 0,80m x 0,80m	0,80m x 0,80m	2m de haut x 1m de large	0,80m x 0,80m
Scellées au sol	Drapeaux (oriflammes) interdits 1 dispositif sur portatif par unité foncière		Drapeaux limités à 1 pour 20m de linéaire sans dépasser 3 dispositifs 1 dispositif par unité foncière	Drapeaux (oriflammes) interdits 1 dispositif sur portatif par unité foncière
	0,60 m x 0,60 m	6 m ²	Drapeaux – 4 m ² Autres – 6m ²	6 m ²

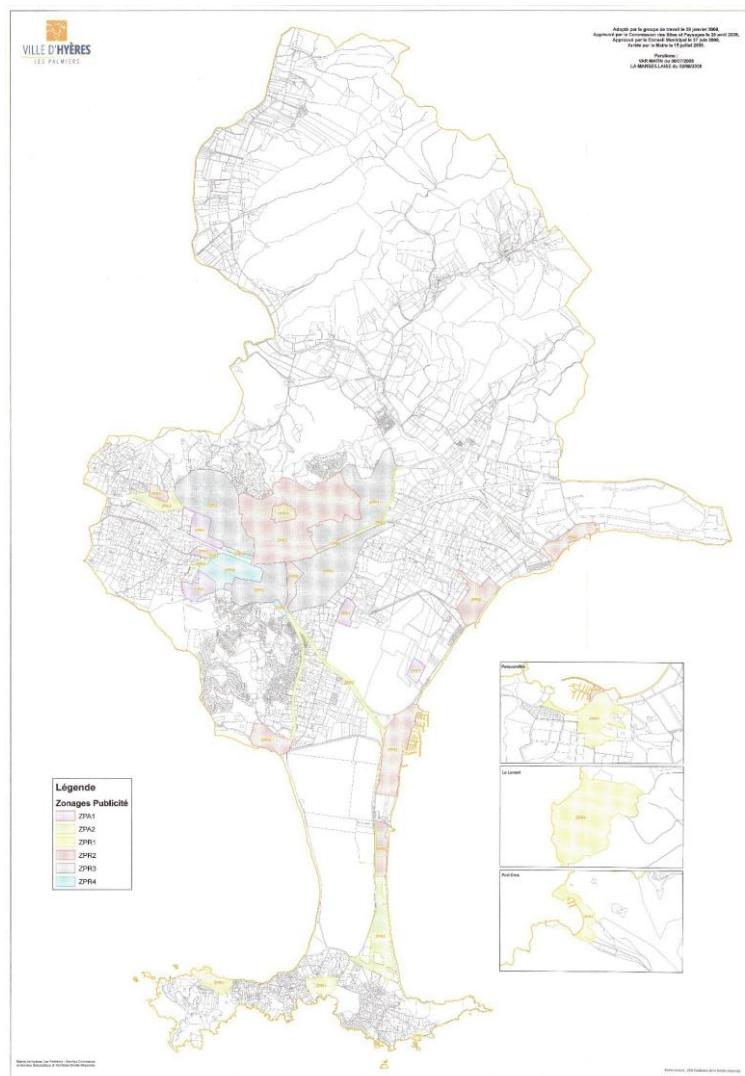


Figure 63 : Zonage du RLP de Hyères-les-Palmiers

1.4. RLP de la commune d'Ollioules

1.4.1. Les zones de publicité du RLP

8 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- 2 zones de publicité restreinte :

- **ZPR1** : la zone circonscrite par les panneaux d'agglomérations et comprenant l'ensemble des rues et chemins figurant sur la liste du plan du centre-ville (excepté la ZPR2).
- **ZPR2** : l'avenue de la Résistance entre le Pont de la Reppe dit « Pont du Berger » et le panneau d'agglomération d'Ollioules.

- 6 zones de publicité autorisée :

- **ZPA1** : R.D 11 - Au-delà du pont franchissant l'autoroute A50 à la limite de la Commune de Sanary. Et sur la voirie communale dite "Route de la Gare" du carrefour avec la R.D.11 côté Sanary jusqu'au chemin du Bar.
- **ZPA2a** : C.C.6 - Chemin de la Cagnarde ou Avenue Jean Monnet 50 mètres après le carrefour RD.26 / C.C6 jusqu'au Chemin de Campourri et uniquement sur la partie droite de la chaussée dans le sens Ollioules-Toulon (côté sud).
- **ZPA2b** : RD 26, de la limite de la commune de La Seyne au Rond-Point Robert Schumann. La zone constitue un secteur à plan masse.
- **ZPA3a** : Sur les parkings des établissements jouxtant le chemin de Lagoubran à hauteur du giratoire Continent jusqu'aux limites des parcelles bordant la voie.
- **ZPA3b** : RD 559 comprise entre le Chemin de la Juliette et le Chemin André Louis.
- **ZPA3c** : Le Barreau Nord, de la jonction du chemin de Faveyrolles jusqu'au rond-point de la Cagnarde ; le secteur des parkings de la zone commerciale entre la RN 8 et le chemin de la Cagnarde. Les limites de la Z.P.A 3C sont constituées par les limites extérieures des parcelles riveraines.

1.4.2. Synthèse des principales dispositions

	ZPR1	ZPR2	ZPA1	ZPA2a	ZPA3a	ZPA3b	ZPA3c							
Publicités et préenseignes														
Sur mur	12,5 m ²													
Scellées au sol	12,5 m ²	12,5 m ² Interdite si UF < 20m Inter-distance 30m	12,5 m ² Interdite si UF < 40ml	12,5 m ² Interdite si UF < 20ml Inter-distance 20m	12,5 m ² Interdite si UF < 30m Inter-distance 25m	12,5 m ² Interdite si UF < 20ml Inter-distance 20m	12,5 m ² Interdite si UF < 20ml Inter-distance 20m							
Sur mobilier urbain	12,5 m ²													
Enseignes														
Réglementation nationale														

Zones concernées par le RLP en vigueur

Commune d'Ollioules

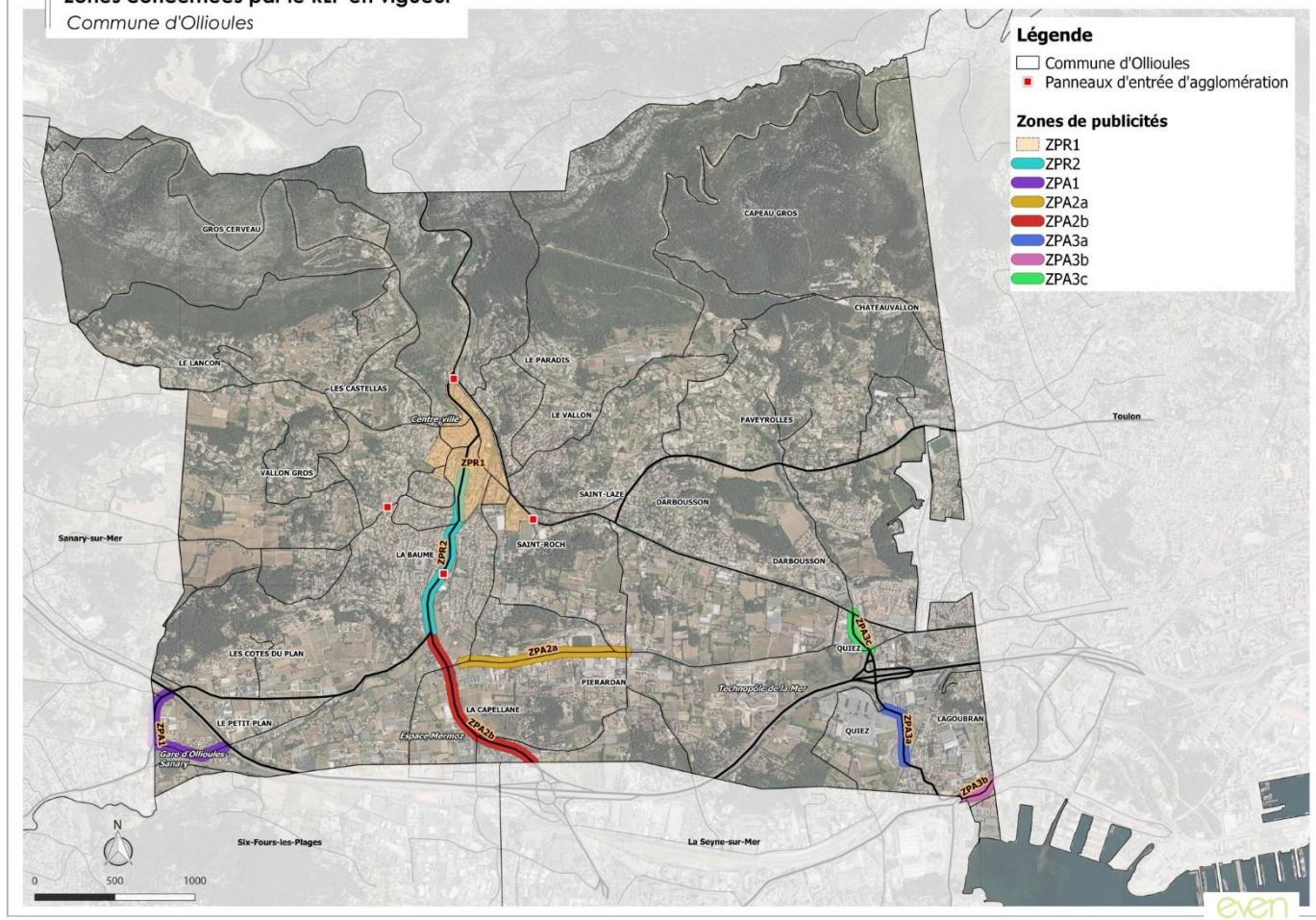


Figure 64 : Zonage du RLP d'Ollioules

1.5. RLP de la commune de La Seyne-sur-Mer

1.5.1. Les zones de publicité du RLP

4 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- **ZPR1** : le centre ancien ;
- **ZPR1A** : La Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager ;
- **ZPR2** : Agglomération périphérique, la publicité n'est autorisée que sur les axes suivants :
 - Rond-point du 211 nov 1918
 - Av J.A. Lamarque
 - Rond-point du 8 Mai
 - Av Maréchal Juin
 - Rond-point De Lattre de Tassigny
 - Av d'Estienne d'Orves
 - Bd Jean Rostand
 - Av Max Barel
 - Bd Etienne Peyre
 - Chemin de la Farlède sur 200 m à partir de son intersection avec le Bd de l'Europe
 - Av Yitzhak Rabin
 - Bd de l'Europe
 - Av Marcel Paul (du rond-point du 11 nov 1918 jusqu'à l'av de Londres)
 - Du pont de chemin de Fer à l'av de Londres au Rond-point Vignelongue non inclus
 - Av de la 1^{ère} armée Française (du chemin de la Colline au Rond-point du 8 Mai)
 - Av Youri Gagarine jusqu'à l'Impasse des Cabliers (sur une seule voie – direction La Seyne-Toulon – choix du dispositif à implanter avec les services municipaux concernés)
- **ZPR3** : Agglomération périphérique, la publicité n'est autorisée que sur les axes suivants :
 - Av des Anciens combattants Français d'Indochine (jusqu'au rond-point Vignelongue non inclus) sur un périmètre de 50 m autour du rond-point
 - Av Auguste Renoir à l'exception du Carrefour de Janas (du Rond-point du Pas du Loup jusqu'à l'intersection
 - Av Salvador Allende
 - Av des Gendarmes d'Ouvéa
 - Av Stalingrad
 - Av Esprit Armando

- du Chemin de La Seyne à Bastian) sur un périmètre de 50 m autour du Rond-point
- Av Jean Baptiste Ivaldi
 - Bd de la Corse Résistante (jusqu'à 100 m du front de mer)
 - Che J. Casanova
 - Che des Oliviers

2 zones de publicité autorisées hors agglomérations :

- **ZPA 1** : espaces hors agglomération comprenant les accès
 - Portion du Bd de l'Europe (de 50 m au-delà du Carrefour de l'autoroute jusqu'à l'entrée de l'agglomération)
 - Portion de l'av Yitzhak Rabin, de 50m au-delà du Carrefour de la Pyrotechnie au Carrefour de la Gare
 - Av de la 1^{ère} Armée Française (de 50m au-delà du Rond-point de la Pyrotechnie jusqu'au chemin de la Colline)
 - Av Robert Brun
 - Av Marcel Paul (de l'Av de Londres à la limite de la commune)
 - Av de Lery
 - Av de Bruxelles
 - Av de Rome
 - Che de La Farlède « de la sortie de l'agglomération à la limite de la commune »
- **ZPA 2** : espaces hors agglomérations comprenant la route des Anciens Combattants Français d'Indochine (de 50m au-delà du Rond-point de Vignelongue jusqu'à la limite de la Commune) et l'av Auguste Renoir (du Che de La Seyne à Bastian jusqu'à la limite de la Commune).

1.5.2. Synthèse des principales dispositions

	ZPR1	ZPR1A	ZPR2	ZPR3	ZPA1	ZPA2
Publicités et préenseignes						
Sur mur			2 par façade Superficie <50% de la superficie du mur 3 panneaux/unité foncière 8m ² max		2 par façade Superficie <50% de la superficie du mur 3 panneaux/unité foncière 12 m ² max	
Scellée au sol	INTERDITE	INTERDITE	Unité parcellaire pour un linéaire de façade <u>< à 50m</u> : 1 emplacement ; Entre 50 et 100m : 2 emplacements <u>> 100m</u> : 2 emplacements / tranche de 100m 8 m ² max	Unité parcellaire pour un linéaire de façade <u>< à 100m</u> : 1 emplacement ; Entre 100 et 200m : 2 emplacements <u>> 200m</u> : 2 emplacements / tranche de 200m 8 m ² max	Unité parcellaire pour un linéaire de façade <u>< à 50m</u> : 1 emplacement ; Entre 50 et 100m : 2 emplacements <u>> 100m</u> : 2 emplacements / tranche de 100m 12 m ² max	Unité parcellaire pour un linéaire de façade <u>< à 100m</u> : 1 emplacement ; Entre 100 et 200m : 2 emplacements <u>> 200m</u> : 2 emplacements / tranche de 200m 12 m ² max
Sur mobilier urbain	AUTORISEE		Non réglementée (réglementation nationale)		Non réglementée (réglementation nationale)	
Enseignes						
Enseignes sur toitures ou terrasses	INTERDITES		Non réglementée (réglementation nationale)		Soumise à déclaration auprès du Maire	

Parallèles à la façade	1 par activité Respect de la trame parcellaire Uniquement au RDC Hauteur lettre : 40 cm max	Non réglementée (réglementation nationale)	Soumise à déclaration auprès du Maire
Perpendiculaires à la façade	Inférieur à 1/10 ^{ème} de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Ne peut excéder 1,20m. Epaisseur de 0,15m max	Non réglementée (réglementation nationale)	Soumise à déclaration auprès du Maire
Scellées au sol	Obligatoire lorsqu'une unité foncière regroupe plusieurs activités Totem autorisée par linéaire de façade d'une unité parcellaire ou foncière 8 m ² max		

1.6. RLP de la commune de Toulon

1.6.1. Les zones de publicité du RLP en vigueur

5 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- ZPR1 : Zone protégée
- ZPR2 : Zone historique
- ZPR3 : Zone d'entrée de commune
- ZPR4 : Zone de quartier
- ZPR5 : Zone de grand axe

1.6.2. Synthèse des principales dispositions

	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR4	ZPR5			
Publicités et préenseignes								
Sur mur	INTERDITE	Uniquement sur les murs de bâtiments d'architecture contemporaine (1950 environ) 12 m ² Hauteur : 7,5 m max INTERDITE sur clôture aveugle	Uniquement sur les murs de bâtiments d'architecture contemporaine (1950 environ) 12 m ² Hauteur : 7,5 m max INTERDITE sur clôture aveugle Sur une même U.F interdistance de 100 m		Uniquement sur les murs de bâtiments d'architecture contemporaine (1950 environ) 12 m ² Hauteur : 7,5 m max INTERDITE sur clôture aveugle Sur une même U.F interdistance de 50 m			
Scellées au sol ou installées directement sur le sol	INTERDITE	INTERDITE Sauf dans une zone spécifique ferroviaire (plan N°3)	12 m ² Hauteur : 6 m max Sur une même U.F interdistance de 100 m		12 m ² Hauteur : 6 m max Sur une même U.F interdistance de 50 m			
Publicité lumineuse	INTERDITE		Autorisée sur Toiture 1/6ème de la hauteur de la façade de l'immeuble et au maximum 2 m lorsque la hauteur est inférieure à 20 m. 1/10ème de la hauteur de la façade et au maximum 4m lorsque cette hauteur est supérieure à 20m.					
Sur mobilier urbain	2m ²							
Enseignes								
Parallèles à la façade	Enseigne principale : 0,15 m Lettres découpées ou support transparent Spots autorisés en RDC uniquement ou rétroéclairage Enseignes secondaires : 2 panneaux maximum de surface 0,50 m ² et de Saillie de 0,10 m							
Perpendiculaires à la façade	1 enseigne max / activité / façade / voie Hauteur max : 1,10 m							

Epaisseur : 0,20 m
Hauteur par rapport au sol : 2,50 m

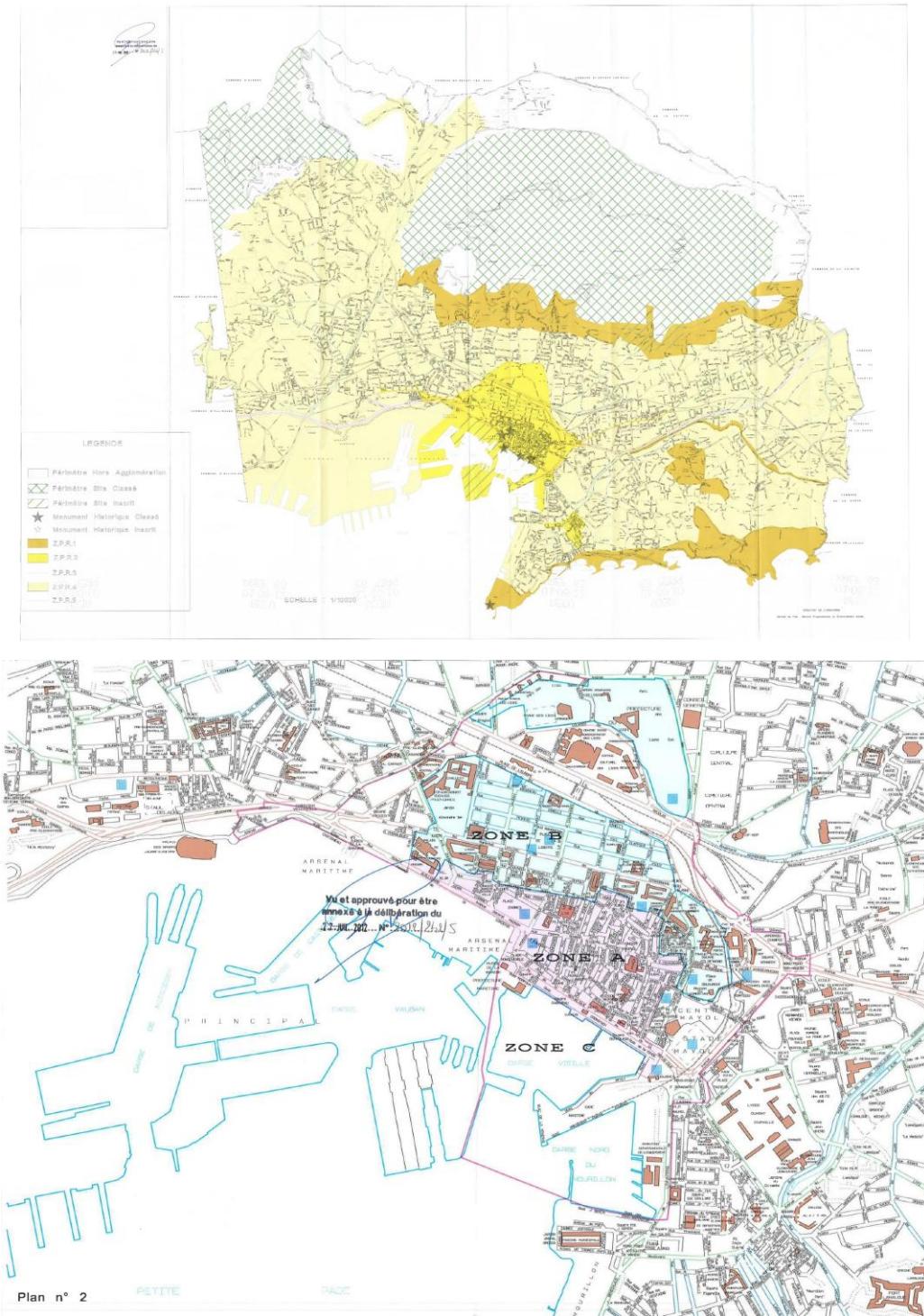


Figure 65 : Zonage du RLP de Toulon

1.7. RLP de la commune de La Valette-du-Var

1.7.1. Les zones de publicité du RLP

5 zones de publicité sont instituées sur la commune :

- **La ZPR1** qui se confond avec le périmètre d'agglomération situé au Nord de l'autoroute, excluant la SUP du monument classé et la ZPR3 c
- **La ZPR2** qui se confond avec le périmètre d'agglomération situé au Sud de l'autoroute, excluant le périmètre de la ZPR3 a et ZPR3 b

Pour ces deux zones, la publicité est autorisée de part et d'autre de chacune des voies mentionnées ci-après sur une distance de 10 m partant de tout point des limites parcellaires :

- RD 46
- Av de l'Université
- Av du 11 novembre
- Av Picasso (partie reliant av de Coupiane et Frères Lumière)
- Av François Duchatel
- Av Lavoisier
- Av de la Libération (Sud)
- Av Eugène Blanc
- Av de Coupiane
- Av des Frères Lumière
- Av André Citroën
- RN98
- Av Gabriel Peri
- Av Brossolette
- RD86
- Av Mal Juin

A l'exception des carrefours mentionnés ci-après où la publicité est interdite de part d'autre du carrefour sur une distance de 30 m comptés sur chaque branche d'accès :

- Orosco
- Square Nonay
- Rond-point du 8 mai 1945
- Gabriel Péri
- Coupiane
- Rond-point mal Juin
- Espaluns (E.Blanc/av Université/av Lumière)
- La ZPR3 :
 - ZPR3 a comprend l'emprise des unités foncières du centre commercial de Grand Var au Sud de l'autoroute ;
 - ZPR3 b comprend l'emprise des unités foncières du centre commercial de Barneoud au Sud de l'autoroute ;
 - ZPR3 c comprend l'emprise des unités foncières du Casino au Nord de l'autoroute.

1.7.2. Synthèse des principales dispositions

	ZPR1	ZPR2	ZPR3		
			A	B	C
Publicités et préenseignes					
Sur mur ou clôture	Surface max : 12 m ² 1 dispositif par U.F < 50ml 2 dispositifs pour les U.F > 50 ml Dispositifs doublons autorisés sur les U.F >				
Scellées au sol	100m Sur une même unité foncière, inter-distance de 30 m				Surface max : 12 m ² Inter-distance de 30 m
Sur mobilier urbain	2 m ² max sauf pour abribus où possibilité d'avoir 2 publicités de 2 m ²				
Enseignes					
Réglementation nationale					

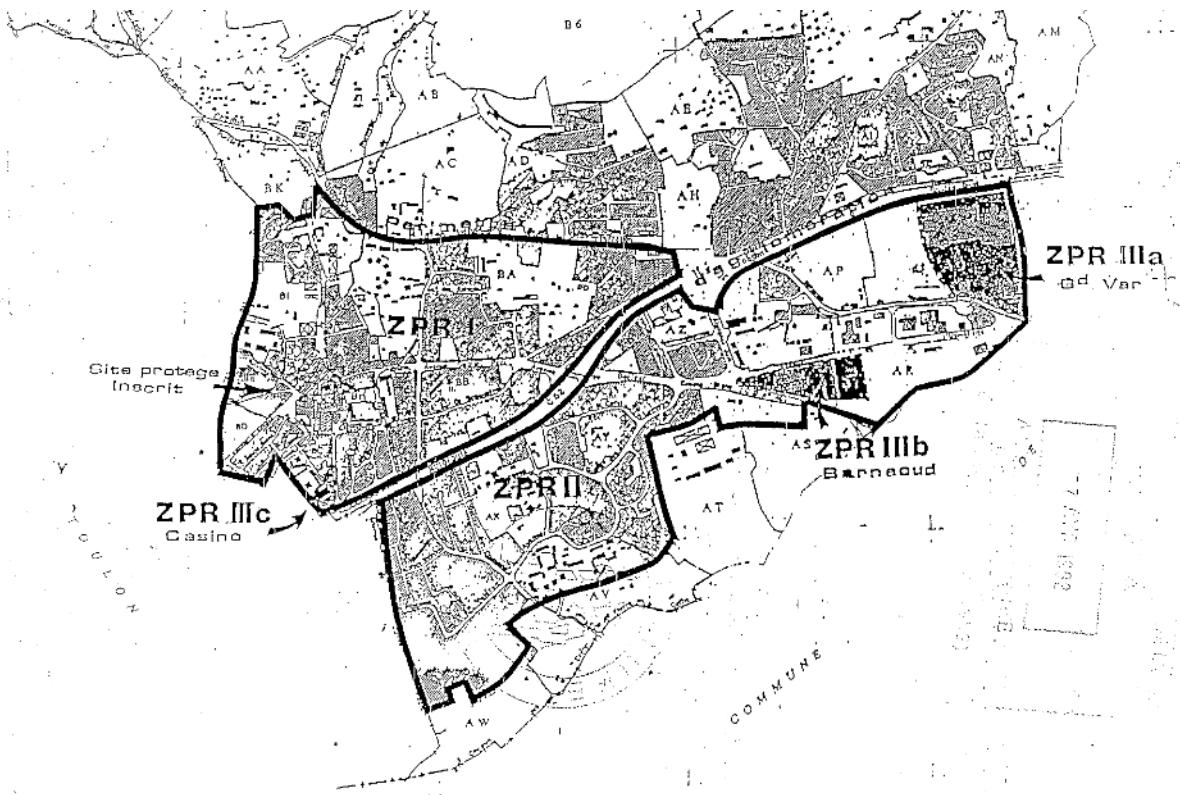


Figure 66 : Zonage du RLP de La Valette du Var

1.8. RLP de la commune du Pradet

1.8.1. Les zones de publicité du RLP en vigueur

4 zones de publicité sont instituées sur la commune :

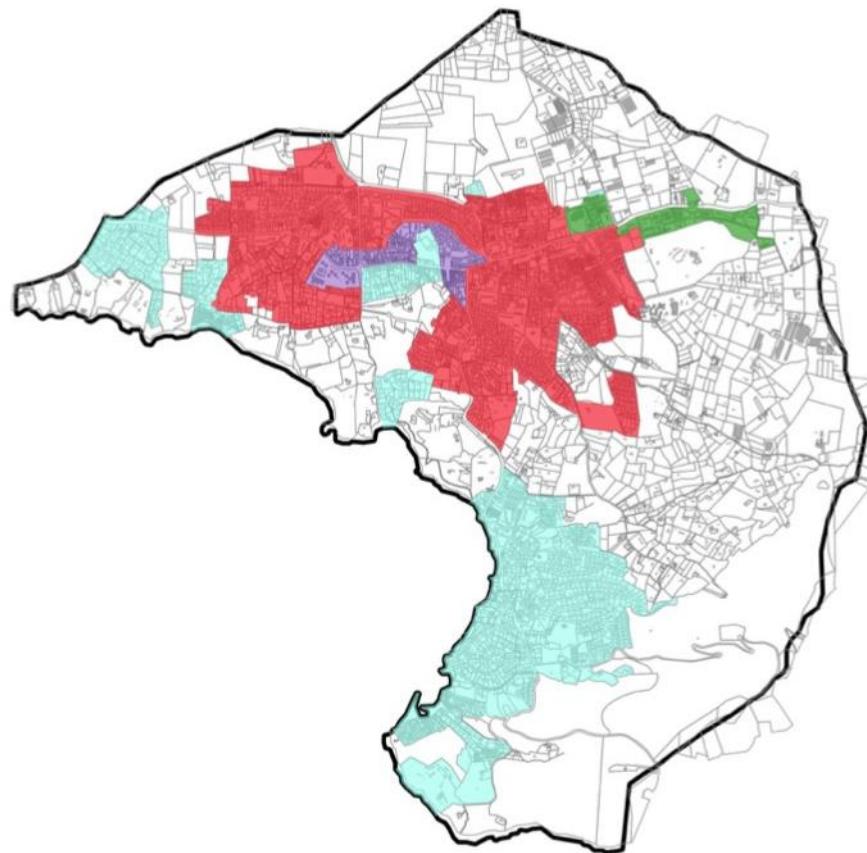
- **ZP1** couvrant les zones d'activités comprenant les zones d'activités du Forum et de la Bayette 1 et 2 ;
- **ZP2** couvrant la zone agglomérée non couverte par les autres zones citées ;
- **ZP3 A** couvrant le centre-ville et plus particulièrement la place Flamenq et ses alentours ;
- **ZP3 B** couvrant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

Interdiction générale : Les enseignes sur Garde-corps de balcon ou balconnet, les enseignes en toiture ou terrasse et celles sur clôtures sont interdites dans chacune des zones de publicité.

1.8.2. Synthèse des principales dispositions

	ZP1	ZP2	ZP3	
			A	B
Publicités et préenseignes				
Sur toiture ou terrasse	INTERDITE	INTERDITE		
Sur mur ou clôture	8 m ² max 11 m ² hors tout Hauteur : 6 m 1 dispositif par UF			INTERDITE
Scellée au sol	8 m ² max 11 m ² hors tout Hauteur : 6 m	INTERDITE		
Sur mobilier urbain	4 m ² max Hauteur : 6 m		2 m ² max Hauteur : 3 m	
Publicité lumineuse	Horaires d'extinction : 23h – 6h			
Publicité numérique	Scellée au sol : 4 m ² max pour et Hauteur : 6 m Murale : 2 m ² et	INTERDITE		INTERDITE

	Hauteur : 3 m				
Enseignes					
Enseigne sur toiture ou terrasse	INTERDITE				
Enseigne sur Auvent, Marquise	NR	INTERDITE			
Parallèles à la façade	Non réglementée (Réglementation nationale)				
Perpendiculaires à la façade	1 par façade d'une même activité 1 m max de hauteur				
Scellées au sol, supérieures à 1 m ²	6 m ²	6 m Mutualisation obligatoire si plusieurs activités sur une même UF	Non réglementée		
Scellées au sol, inférieures à 1 m ²	2 dispositifs max	1 dispositif le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité			
Enseigne Numérique	1 dispositif – 2m ²	Non réglementée			
Enseigne temporaire	Interdites sur toiture Au sol :6m ²				



Légende

- ZP1 : Zone d'activités
- ZP2 : Zone agglomérée
- ZP3A : Zone de protection du centre-ville
- ZP3B : Zone de protection du PNPC et du littoral

0 250 500 m

Figure 67 : Zonage du RLP du Pradet

1.9. RLP de la commune de Six-Fours-les-Plages

1.9.1. Les zones de publicité du RLP en vigueur

3 zones de publicité sont instituées sur la commune :

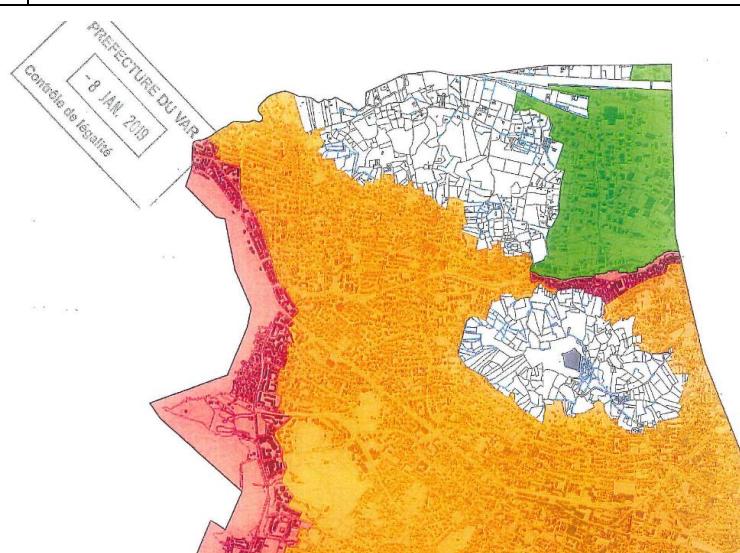
- **Zone de Publicité 1** qui couvre la zone agglomérée à usage d'activités située au Nord-Ouest de la commune ;
- **Zone de Publicité 2** qui couvre la zone agglomérée principale Six-fournaise en dehors des autres zones de publicités ;

- Zone de Publicité 3 qui couvre les secteurs sensibles agglomérés soit une partie du littoral, des îles des Embiez et de la D63 entre la limite d'agglomération de la Seyne-sur-Mer jusqu'au chemin de la Pertuade afin de préserver le cône de vue vers la Collégiale.

1.9.2. Synthèse des principales dispositions

	ZP1	ZP2	ZP3
Publicités et préenseignes			
Sur mur	8 m ² Hauteur : 6 m Densité : Sur les U.F de plus de 50 ml il peut être installé 1 dispositif (au choix entre mural et scellé au sol)		
Scellée au sol	8 m ² max Hauteur : 6 m Densité : Sur les U.F de plus de 50 ml il peut être installé 1 dispositif (au choix entre mural et scellé au sol)		INTERDITE
Sur mobilier urbain	2 m ² max Hauteur : 3 m		
Publicité lumineuse	INTERDITE sur toiture ou terrasse Horaires d'extinction : 22h – 6h		
Bâche publicitaire	4 m ² max	INTERDITE	
Publicité numérique	4 m ² max (mur ou scellée au sol)	INTERDITE	
Enseignes			
Parallèles à la façade	Non réglementée (Réglementation nationale)		
Perpendiculaires à la façade	1 par façade d'une même activité 1 mètre de hauteur max		
Scellées au sol, supérieures à 1 m²	Mutualisation obligatoire si plusieurs activités sur une même U.F Largeur : 1.30m / Hauteur : 4m		INTERDITE
Scellées au sol, inférieures à 1 m²	2 dispositifs le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité	Un dispositif le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité	
Enseigne sur toiture	Non réglementée (Réglementation nationale)		
Enseigne numérique	Un seul dispositif par activité 2 m ² max	INTERDITE (sauf si elles signalent des services d'urgences)	
Enseigne temporaire Sur toiture ou terrasse	Interdites sur toitures		

Vu et approuvé pour être annexé
à la délibération n° 181181393
en date du : 18/12/2018



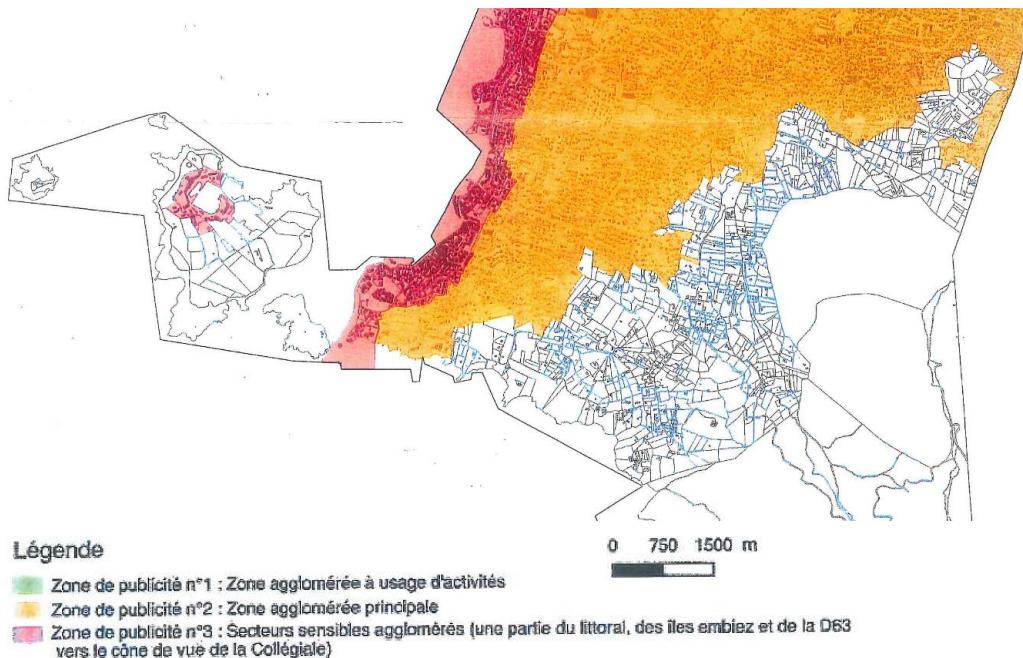


Figure 68 : Zonage du RLP de Six-Fours-les-Plages