



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ GRIMAUD



1

RAPPORT DE PRÉSENTATION

PUBLICITÉS

PRÉ-ENSEIGNES

ENSEIGNES

Révision Prescrite le 02/02/2019

Arrêtée le 25/05/2023

Approuvée le .././....

SOMMAIRE

Préambule	4
I. Contexte législatif et réglementaire	4
II. Les différentes zones de publicité	4
III. Les dispositifs publicitaires concernés par le RLP	5
Partie 1 : DIAGNOSTIC.....	7
Chapitre 1 : Contexte communal.....	8
I. Contexte géographique et démographique	8
II. Contexte paysager du territoire	9
III. Contexte et enjeux patrimoniaux du territoire	11
IV. Contexte viaire.....	14
V. Contexte économique du territoire	15
VI. Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU de 2012, zoom sur les ambitions en lien avec le Règlement Local de Publicité.....	16
Chapitre 2 : Contexte réglementaire en matière de publicité.....	18
I. Le périmètre « d'agglomération »	18
II. Les périmètres urbains et environnementaux réglementaires	21
III. Les règles relatives à la taille des agglomérations	27
Chapitre 3 : Bilan du RLP en vigueur.....	38
I. Présentation Générale.....	38
II. Les zones de publicités en vigueur	38
III. Synthèse des principales règles	39

Chapitre 4 : État des lieux des publicités et enseignes et enjeux	41
I. État des lieux général.....	41
II. Les secteurs à enjeux.....	42
Chapitre 5 : Synthèse des enjeux	66
I. Enjeux en matière de publicité	66
II. Enjeux en matière d'enseigne	66

Partie 2 : ORIENTATIONS67

I. Les orientations en matière de publicité	68
II. Les orientations en matière d'enseignes	70

Partie 3 : JUSTIFICATION DES CHOIX72

Chapitre 1 : La délimitation des zones du règlement local de publicité	73
I. Le centre-village (ZP1)	73
II. Port-Grimaud (ZP2).....	74
III. Les zones d'activités (ZP3)	74
IV. Les entrées de ville et quartiers pavillonnaires (ZP4)	75
V. Les secteurs hors agglomérations (ZP5)	75
Chapitre 2 : Choix retenus pour la partie réglementaire	76
I. Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	76
II. Dispositions relatives aux enseignes	81

Préambule

I. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'**adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par l'ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et entrée en vigueur le 1er juillet de la même année. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de supports publicitaires nouveaux (numériques, ...). Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit – sauf exceptions, depuis la réforme de 2012, de manière **plus restrictive** que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le régime général continue à s'appliquer.

II. Les différentes zones de publicité

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement, le Code de l'urbanisme et le Code de la Route**.

Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, le RLP définit **des zones de publicités** au sein desquelles sont applicables des règles spécifiques.

Des dispositions générales à l'ensemble du territoire communal peuvent également être définies.

III. Les dispositifs publicitaires concernés par le RLP

1. Trois dispositifs concernés

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

Définition : Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

- Dispositif installé sur la façade commerciale ou l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription, forme ou image ;
- 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,...).

Les principales enseignes sont les suivantes :



1/ Enseigne installée sur une toiture ou terrasse en tenant lieu

2/ Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur (de façade ou de clôture)

3/ Enseigne apposée perpendiculairement à un mur

4/ Enseigne scellée ou installée directement sur le sol

5/ Enseigne apposée sur un store, un auvent

Exemples



1.2. La publicité (article L.581-3 du CE)

Définition : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et préenseignes.

Exemples



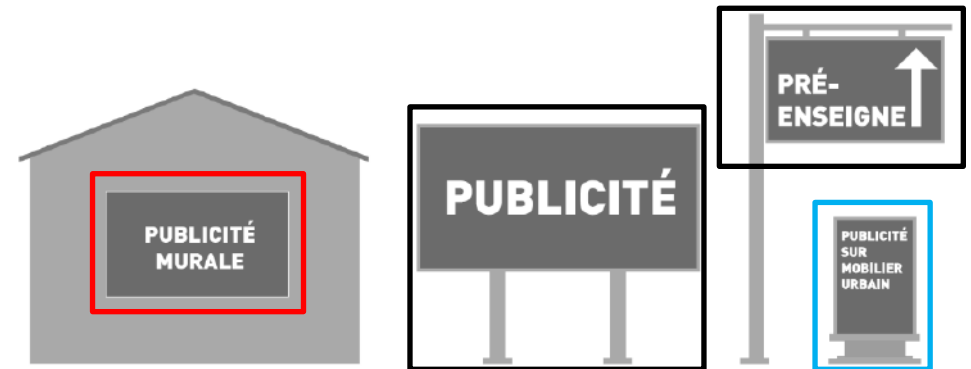
1.3. La préenseigne (article L581-3 du CE)

Définition : 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 un immeuble matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.



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

Les principales publicités/préenseignes sont les suivantes :



1/ Publicité apposée sur un mur

2/ Publicité scellée ou installée directement sur le sol

3/ Publicité supportée par du mobilier urbain

Les dispositifs concernés dans le cadre du RLP sont **ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique**, c'est-à-dire toutes voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (Art. L581-2 et R581-1 CE).

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

PARTIE 1

DIAGNOSTIC

Chapitre 1 : Contexte communal

I. Contexte géographique et démographique

Le territoire de la commune de Grimaud fait partie du SCoT du Golfe de Saint-Tropez qui s'étend sur 12 communes et compte 58 345 habitants au recensement INSEE de 2018.

La commune, qui compte 4 613 habitants en 2018 est située dans le département du Var, en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Elle s'étend sur 4 458 hectares entre le massif des Maures à l'Ouest et la mer Méditerranée à l'Est.

Influencée par les reliefs du massif des Maures, Grimaud s'inscrit dans un périmètre étroit orienté Est/Ouest structuré au Nord et à l'Ouest par le massif des Maures, au Sud par la Giscle et à l'Est par la mer.

Le village historique de Grimaud, accroché aux pendages du massif des Maures, domine un paysage agricole dans laquelle se sont développés des quartiers d'habitation et la zone d'activités aux dépens de l'agriculture en déprise, au cours des dernières décennies. Le littoral, urbanisé de façon plus dense (Port-Grimaud, conurbation littorale vers Sainte-Maxime...), concentre dans le même temps la majorité des flux portés par la RD 559. Cependant, et malgré une forte pression foncière tout autour du Golfe de Saint-Tropez, Grimaud a su conserver une structure agricole encore lisible ainsi qu'un littoral arboré (grandes propriétés et campings le long de la côte). En effet, la majorité des extensions urbaines se sont concentrées jusqu'ici sur les pendages au nord du territoire : les constructions profitent ainsi d'un couvert végétal dense et s'intègrent efficacement dans le paysage du Golfe.

Du fait de la valeur des terres arables et de l'ouverture des paysages agricoles, la plaine de la Giscle doit être préservée et structurée par les exploitations et les cours d'eau qui les alimentent.

Les entrées de ville (RD 558 – route de Cogolin vers le village – et RD 559 – route de Sainte-Maxime) représentent un support de découverte du territoire de la commune et de son identité (commune littorale mais aussi plaine agricole de qualité dominée par les collines). Les percées sur ce patrimoine paysager depuis les axes de circulation doivent ainsi être conservées et valorisées.

La diversité de paysage du territoire de Grimaud créé par une géologie complexe et une topographie accidentée, induit une riche diversité végétale à protéger : collines sèches dominées par les pins et les chênes verts, pendages cultivés (vignes et olivette), ripisylves en périphérie des nombreux affluents de la Giscle (ruisseau de l'Infernon, vallon de la Rascas, la Garde, ruisseau de l'Avelan, ...), couvert de pins parasols le long du littoral, alignements structurant le long des axes de circulation...

II. Contexte paysager du territoire

La commune de Grimaud, appartient à trois unités paysagères définies par l'Atlas des paysages du Var : Le Massif des Maures, la Plaine de la Giscle et la Corniche Orientale. C'est dans ce contexte géographique singulier que le territoire communal est découpé en unités qui se distinguent par leur composition et par le type de paysage qu'elles proposent.

Le contexte géographique et la composition paysagère du territoire communal impose un découpage en quatre unités principales :

- La plaine de la Giscle ;
- Le village historique ;
- La corniche orientale ;
- Le Massif des Maures.

1. La plaine de la Giscle

Elle occupe la quasi-moitié du territoire communal. Limité par les plages au sud-est et par les premières hauteurs des Maures au nord et à l'ouest, cet ensemble relativement plat enregistre de très basses altitudes. Cette typologie permet d'apprécier une vue dégagée sur le massif des Maures, dont les crêtes et reliefs sont reconnaissables.

La plaine de la Giscle se caractérise par son atmosphère humide et ses sols alluviaux très riches. La présence de nombreux cours d'eau, prairies et mares, fait de la plaine une zone marquée par une très grande variété et richesse de végétations. Les activités agricoles dans ce secteur occupent aujourd'hui près de la moitié du territoire de la plaine. Les activités sont cependant très peu diversifiées et largement dominées par l'activité viticole. De grands domaines AOC Côtes de Provence, occupent les parties hautes de l'étendue alors que les prairies et les cultures légumières de plein champ se partagent les zones plus humides du fond de vallée. Les terrains viticoles sont encadrés par les chênes, oliviers, haies, bosquets et petits cabanons d'époque. Les pins et les platanes arborent, pour leur part, les quelques axes routiers de petite envergure qui traversent la plaine de la Giscle.

2. Le village historique

Sur les premières hauteurs à l'extrémité ouest de la plaine se trouve le village historique, surmonté du vestige du château. Perché sur un promontoire naturel, le village « médiéval » de Grimaud s'est organisé autour de l'ancien château. Les façades des habitations densément regroupées qui composent le village portent les couleurs du basalte et de la serpentine dont elles se composent et contrastent avec la végétation environnante. L'urbanisation s'est aujourd'hui épanchée sur les versants alentours et un tissu urbain discontinu descend progressivement en direction de la plaine, laissant même apparaître quelques grandes villas isolées dans la plaine.

3. La corniche orientale

Limitée au sud par la plaine de la Giscle et Port-Grimaud (extrémité est du GR9), puis au nord par les premiers reliefs du massif des Maures, la corniche orientale constitue une zone de contraste en le littoral méditerranéen fortement urbanisé et les sommets désertiques des Maures. En effet, cette côte rocheuse présente un rapport visuel direct avec la mer, dans laquelle de nombreux cours d'eau viennent se jeter (selon une orientation nord-ouest/sud-est).

Cette zone de bord de mer se caractérise par une végétation identitaire : pins parasols en bordure méditerranéenne, puis une végétation plus exotique sur les premières hauteurs, pour enfin laisser place au maquis qui recouvrent les collines sèches et arides des Maures. Il n'est pas rare d'observer des sommets nus, suite aux fréquents incendies touchant la région.

La corniche orientale reste une zone fortement et densément peuplée. Les habitations, majoritairement pavillonnaires, s'organisent en lotissements et ne laissent que très peu de place pour l'agriculture dans cette zone. Quelques grandes villas, plus isolées, sont accrochées aux versants de la colline.

4. Le Massif des Maures

La dernière grande entité paysagère observable sur le territoire de la commune de Grimaud est le massif des Maures lui-même. Il s'étend en largeur sur tout le nord du territoire. Composée en grande majorité de roches métamorphiques (gneiss, micaschistes à grenats, amphibolites, phyllades) et de granit, ce massif cristallin se forme lors de l'orogénèse hercynienne au cours de l'ère primaire (400/-300 millions d'années). Il connaît ensuite une érosion conséquente et une activité volcanique importante (-290/-245 millions d'années), engendrant de fortes transformations et le menant à adopter la forme sous laquelle il est aujourd'hui possible de l'observer. Formé par une succession de collines austères, ce vaste massif siliceux issu du plissement hercynien abrite un relief accidenté ne le rendant que très peu accessible. Seules quelques petites routes et chemins de randonnée (dont le GR9 et le GR51) parcourent le massif.

La faible présence humaine justifie un couvert forestier important, laissant parfois apparaître quelques affleurements rocheux ou zones de maquis. Les fortes précipitations, notamment en intersaisons, alimentent l'imposant réseau hydrographique qui irrigue tout le massif (bien que de nombreux ruisseaux soient temporaires ou semi-permanents). Le massif des Maures concentre de nombreuses conditions favorisant le développement des habitats naturels. Parmi les espèces phares de l'entité montagnaise, on retrouve de nombreuses espèces de chênes (principalement le chêne liège, mais aussi le chêne vert et le chêne pubescent), de pins (pin sylvestre, pin maritime, pin parasol) ou encore des espèces caractéristiques du maquis (bruyères arborescentes, arbousiers, houx). Sa dégradation par le feu entraîne cependant l'apparition de formations basses, plus ouvertes (pelouses, landes), et qui semblent attrayantes pour une grande part de la biodiversité du milieu.

Le massif des Maures est relativement sensible aux risques d'incendies. Régulièrement, des milliers d'hectares sont détruits par les flammes (notamment la strate arbustive, le chêne liège étant une espèce présentant une résistance au feu), induisant un impact paysager négatif relativement important. Ces dernières années, l'intégration de pâturages « pare-feu » et la mise en place des aménagements en terrasse tentent de lutter contre les menaces d'incendies.

L'introduction d'une activité extensive d'élevage ovin permet de réguler les cycles de la flore et de contrôler l'embroussaillage. Aujourd'hui, 10% de la surface occupée par le massif des Maures sont destinés à une activité agricole (dont 75% de vignes). Cette surface est nettement inférieure à celle occupée par les espaces agricoles 20 ans auparavant. Cette tendance à la baisse est aujourd'hui faiblement ralentie par le développement de surface enherbées et fourragères. Notons aussi le développement de l'apiculture, la création de quelques châtaigneraies dans le massif des Maures.

III. Contexte et enjeux patrimoniaux du territoire

1. Les sites classés et inscrits

Les sites classés ou inscrits sont des espaces ou formations naturelles remarquables dont la qualité appelle, au nom de l'intérêt général, la conservation en l'état (entretien, restauration, mise en valeur, etc.) et la préservation de toutes atteintes graves (destruction, altération, banalisation...).

La commune de Grimaud possède un site inscrit et un site classé.

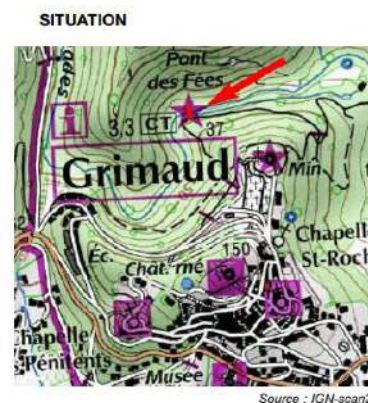
1.1. Le site classé du Pont des Fées et les rives du torrent qu'il traverse

Le site du Pont des Fées, d'une surface de 0,01 ha, a été arrêté en 1924. Il est un des centres d'intérêt majeur du vallon de la Garde sur les hauteurs de Grimaud, visité aujourd'hui par des promeneurs qui stationnent aisément sur les parkings autour du château de Grimaud et du moulin de St Roch.

Il subsiste encore un doute sur l'origine romaine de l'ouvrage, bien que dans son rapport à la CDS du Var le 30 janvier 1924, M. Roustan, Architecte des MH, cite les ouvrages de la « Provence Maritime » de Charles Lenteric et du dictionnaire de Provence de Garcin « qui sont nettement d'avis qu'on se trouve en présence de ruines romaines ».

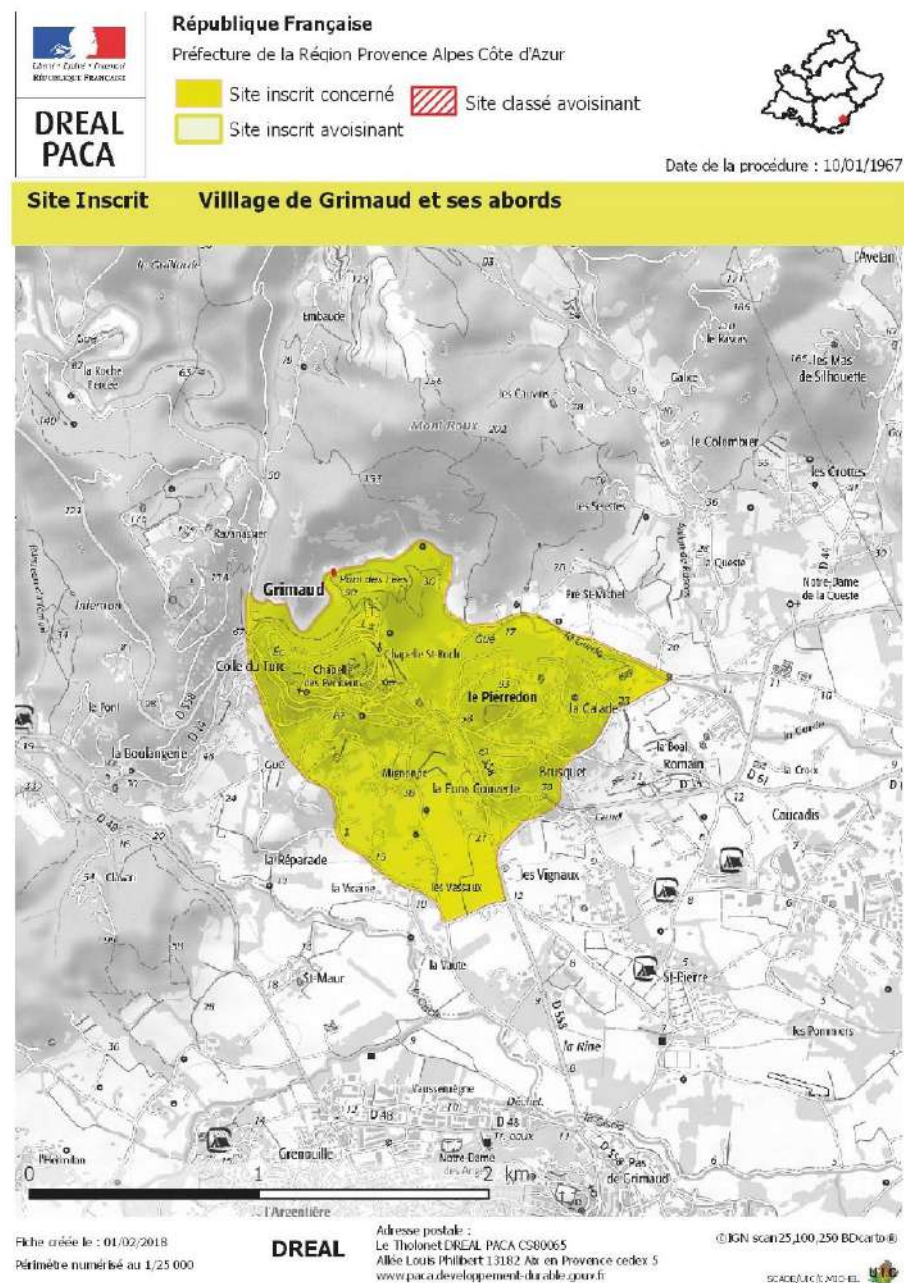
C'est un site plutôt confiné et secret peu accessible qui n'est pas perceptible depuis les lieux extérieurs très fréquentés. La ville souhaite aménager avec l'ONF un circuit de découverte dans l'espace naturel autour du Pont des Fées proche du cœur même du village perché. Ce projet qui concerne le versant ubac qui domine le Pont des Fées a été présenté en 2003 à la CDS du Var qui l'a accepté.

L'arrêté cite les rives du torrent que le pont des Fées traverse et les numéros de deux parcelles sans autre précision de limite. Leur examen fait apparaître une discontinuité des parcelles et une dissymétrie entre les rives. Il y a donc impossibilité de représenter un périmètre linéaire qui corresponde exactement, mais il convient de rester vigilant sur la protection souhaitée des abords du pont considérés comme étant classés.



1.2. Le site inscrit du Village de Grimaud et ses abords

Le village de Grimaud a conservé son caractère de village provençal. Les espaces publics ont été traités sobrement, sans excès. La végétalisation des façades du noyau ancien n'a pas atteint certaines démesures visibles ailleurs. Le château a été l'objet de travaux de confortement et un théâtre de plein air en gradins y a été aménagé sans y nuire. Depuis les piémonts (route de Cogolin), la silhouette du village avec son clocher et les tours du château émergent au dessus des espaces agricoles sans que des éléments disgracieux ne viennent en perturber la contemplation. Si depuis le village même les échappées visuelles sont peu nombreuses, l'ancien château offre un superbe panorama sur les environs et en particulier en direction de Saint Tropez et de Gassin.



2. Les monuments historiques

Un monument historique est un édifice, un espace qui a été classé ou inscrit afin de le protéger du fait de son intérêt historique ou artistique. La législation distingue deux types de monuments historiques :

- Sont classés parmi les monuments historiques « les immeubles dont la conservation présente, au point de vue de l'histoire ou de l'art, un intérêt public ».
- Sont inscrits parmi les monuments historiques « les immeubles qui, sans justifier une demande de classement immédiat au titre des monuments historiques, présentent un intérêt d'histoire ou d'art suffisant pour en rendre désirable la préservation ».

Le territoire de Grimaud présente 5 Monuments Historiques inscrits et 2 classés :

- Monuments inscrits :
 - o Chapelle des Pénitents (arrêté du 31 mars 1976) ;
 - o Golf de Beauvallon (arrêté du 22 décembre 1993) ;
 - o Villa Seynave (arrêté du 16 décembre 1993) ;
 - o Villa Vent d'Aval (arrêté du 16 décembre 1993) ;
 - o Maison du XVème siècle (arrêté du 27 janvier 1926).
- Monuments classés :
 - o Eglise paroissiale Saint-Michel (arrêté du 9 mai 1989). Périmètre de protection de 500m ;
 - o Vestiges du Château (arrêté du 27 décembre 1996). Périmètre de protection de 500m.



Chapelle des Pénitents



Golfe de Beauvallon



Villa de Seynave



Villa Vent d'Aval



Eglise paroissiale Saint Michel



Vestiges du château

IV. Contexte viaire

1. Le réseau de voirie

Grimaud se compose d'un réseau viaire hiérarchisé :

- La RD559, axe structurant, longe le littoral depuis Sainte-Maxime jusqu'à Cogolin en passant par le port de Grimaud ;
- La voirie secondaire qui maille le territoire est composée par les RD 61 et la RD14 qui traversent le territoire d'Est en Ouest (vers Saint-Tropez), la RD 558 du Nord au Sud (vers Cogolin et La Garde-Freinet) et la RD 44 vers Le Plan de La Tour, au Nord ;
- Le réseau de desserte voirie locale irrigue le reste du territoire et s'est développé à partir des axes structurants. Complexe, il est marqué par de nombreuses impasses et est inadapté au trafic sur certains tronçons.

Malgré un réseau viaire riche, la commune souffre d'une desserte difficile depuis le littoral, un constat qui s'accroît en saison estivale. La RD 559, qui dessert les hébergements touristiques de plein air et qui longe le littoral, en souffre plus particulièrement. En raison de l'augmentation progressive du trafic, du développement urbain de ses abords, la RD 559 perd peu à peu son aspect sécurisant et se dégrade progressivement.

Le réseau de voies secondaires supporte aujourd'hui un trafic pour lequel il n'a pas été conçu, du fait notamment des développements urbains et de l'attractivité du territoire. Des élargissements de voies sont donc prévus afin d'améliorer le réseau de desserte locale.

2. Les entrées du village

Le village historique de Grimaud est traversé par différents axes routiers structurants. La commune présente ainsi trois entrées principales, chacune d'entre elles étant marquée par une végétation et des infrastructures qui lui sont propres, créant ainsi une atmosphère reflétant le cadre de vie de la commune :

- **L'entrée Sud** se trouve juste après le rond-point qui relie la RD14 et la RD558. La structure de ce dernier est particulièrement bien travaillée et arbore une végétation entretenue. L'entrée elle-même est marquée par un environnement naturel omniprésent, de part et d'autre de la voie de circulation. L'unique panneau publicitaire, de taille raisonnable, laisse au visiteur une vue relativement dégagée et très agréable. La végétation

abondante accompagne la RD558 en direction du centre du village et laisse progressivement apparaître quelques habitations pavillonnaires sur les cent premiers mètres.

Cette entrée en ville est de très bonne qualité. Elle se démarque par le caractère naturel de son paysage et permet une transition parfaite entre l'espace rural et la ville elle-même.

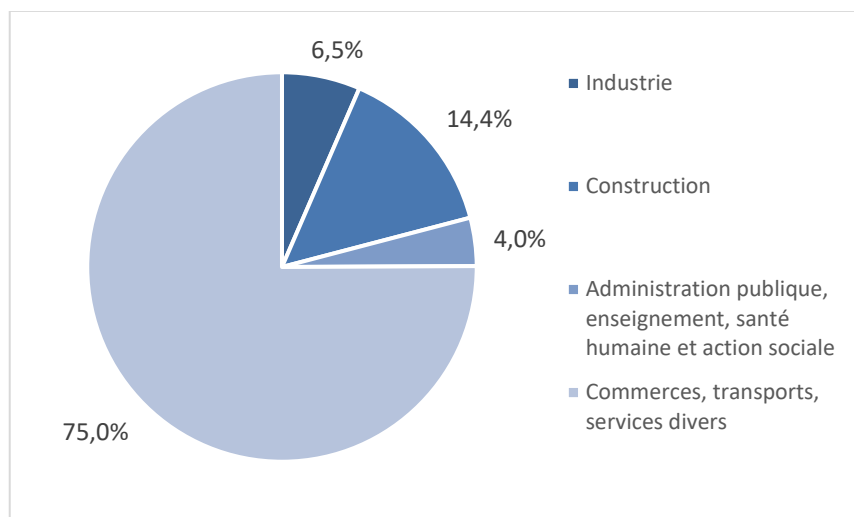
- **L'entrée Nord-Ouest** de Grimaud se fait à proximité du col du Turc par la RD558. La zone d'entrée laisse apparaître un point de vue sur le paysage environnant. Il est possible d'apercevoir les reliefs voisins mais aussi quelques habitations pavillonnaires qui composent le centre-ville. Cette entrée se démarque par la domination de la composante végétale. La végétation naturelle est abondante et laisse transparaître un paysage peu affecté par les activités humaines. Aucune structure publicitaire n'est présente. Cette entrée de ville est de très bonne qualité. Dominée par les composantes naturelles du paysage, elle accompagne la transition vers le centre du village.
- La **troisième entrée**, elle aussi localisée au Nord-Ouest du village de Grimaud, se trouve sur la voie RD14. A l'image des deux autres entrées, elle est nettement dominée par la végétation naturelle locale. Les quelques habitations pavillonnaires qu'il est possible d'apercevoir au milieu de la végétation reflètent un cadre de vie très agréable. La zone d'entrée permet une vision assez dégagée sur le paysage environnant qui semble majoritairement être sous couvert forestier. Cette entrée en ville est d'excellente qualité. Son caractère naturel semble refléter les valeurs du village de Grimaud. Sa structure, ainsi que les quelques centaines de mètres qui suivent permettent une entrée progressive vers l'espace urbain tout en conservant un environnement relativement naturel.

V. Contexte économique du territoire

1.1. Secteurs d'activités

La commune de Grimaud, suivant la tendance nationale à la tertiarisation de l'économie voit le secteur du commerce, des transports et des services occuper les trois quarts des entreprises et établissements présents sur le territoire. En termes d'emplois salariés, c'est également ce secteur qui emploie le plus.

Le graphique suivant présente la répartition des entreprises en pourcentage par secteurs d'activités en 2018.



1.1.1. L'économie présentielle

Sont concentrés sur la commune la majorité des commerces et services de proximité et les activités liées au tourisme sur les deux polarités que sont Grimaud Village (une quarantaine) et Port Grimaud (une soixantaine). Une trentaine d'activités se répartit sur le reste du territoire communal.

Elle comprend également une zone d'activités, Le Parc d'Activités de Grand-Pont, très bien desservie par les axes routiers. Le tissu économique y est très dense et va de l'entreprise artisanale unipersonnelle à des unités d'une centaine de personnes.

Un grand nombre de secteurs économiques y sont représentés. Certains secteurs d'activités se détachent par la densité de leur réseau dans la Zone d'Activité du Grand Pont : l'industrie de la construction, le domaine des services et de la plaisances et activités nautiques.

Station balnéaire, la commune de Grimaud accueille ainsi de nombreuses activités directement liées à son attractivité (nombreuses agences immobilières, loueurs de véhicules, transport privé de personnes, etc.).

La commune dispose également d'une offre étoffée et variée liée aux activités de loisirs répondant aux attentes des habitants et des touristes (galleries d'art, balades en mer, location de bateaux, golf, centres nautiques, centre équestre, karting, centre de remise en forme...).

1.1.2. Le tourisme

Dans cette commune littorale où un peu moins de 70% des logements sont des résidences secondaires, le tourisme joue un rôle économique majeur. La création de la cité lacustre de Port-Grimaud dès les années 1960 témoigne d'une attractivité grandissante de la commune dans le contexte du golfe de Saint-Tropez.

Si cette attractivité bénéficie à la structure commerciale et de services, elle s'accompagne d'une offre riche et variée en matière de structures d'hébergement.

1.2. L'emploi

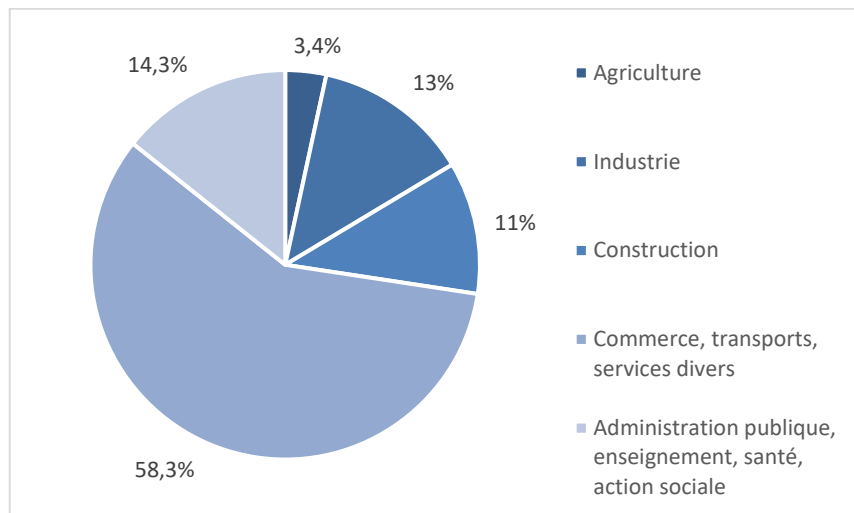
Le commerce, les transports et les services représentent plus de la moitié (58,3%) des emplois proposés, ce qui confirme la prépondérance du secteur tertiaire dans la commune.

Le secteur secondaire représente près de 24% des emplois, et se situe ainsi bien au dessus du Var (14,6% des emplois).

Le secteur primaire, agricole, regroupe 3,4% des emplois de la commune, ce qui est supérieur à la moyenne départementale (1,9%).

La sphère présentielle domine l'économie locale en regroupant 64,7% des établissements et 62,7% des emplois en 2018. Cette sphère présentielle est un atout pour le territoire, car pourvoyeuse d'emplois et de services permettant de satisfaire les besoins de la population.

La sphère productive représente 46,6% des établissements et 36% des salariés.



VI. Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU de 2012, zoom sur les ambitions en lien avec le Règlement Local de Publicité

Les orientations générales d'urbanisme et d'aménagement qui concernent l'organisation du territoire communal sont les suivantes :

- Conforter le village et les hameaux
- Offrir de l'habitat pour les sédentaires
- Maîtriser l'urbanisation en la privilégiant autour des hameaux et du bâti existant
- Atteindre un équilibre socio économique habitat /équipement/loisir/culture
- Développer les activités économiques, éducatives et culturelles
- Reconquérir le littoral
- Préserver et mettre en valeur le patrimoine naturel et urbain
- Mise en cohérence du zonage avec la réalité de l'occupation des sols

Le PLU est en cours de révision et un nouveau PADD sera débattu prochainement. Ce dernier permettra de mettre en perspective les enjeux de protection/valorisation du territoire avec les enjeux en matière d'affichage publicitaire issu du RLP.

ELABORATION DU PLAN LOCAL D'URBANISME (PLU) DE GRIMAUD

Orientations du Plan d'Aménagement et de Développement Durable : le P.A.D.D.

En matière d'habitat

- Renforcer l'habitat permanent dans le village et proche périphérie
 - Rendre constructible le terrain communal en sortie Est pour y implanter des logements locatifs et en accession à la propriété
 - Restituer la constructibilité d'un espace situé dans le village pour des logements
 - En accompagnement de ces opérations, favoriser le stationnement et les déplacements (parking près école et parking + ascenseur)
- Conforter les hameaux
- ✦ Restructuration des zones d'habitat péri urbain (NB, NA...)

En matière d'activités économiques

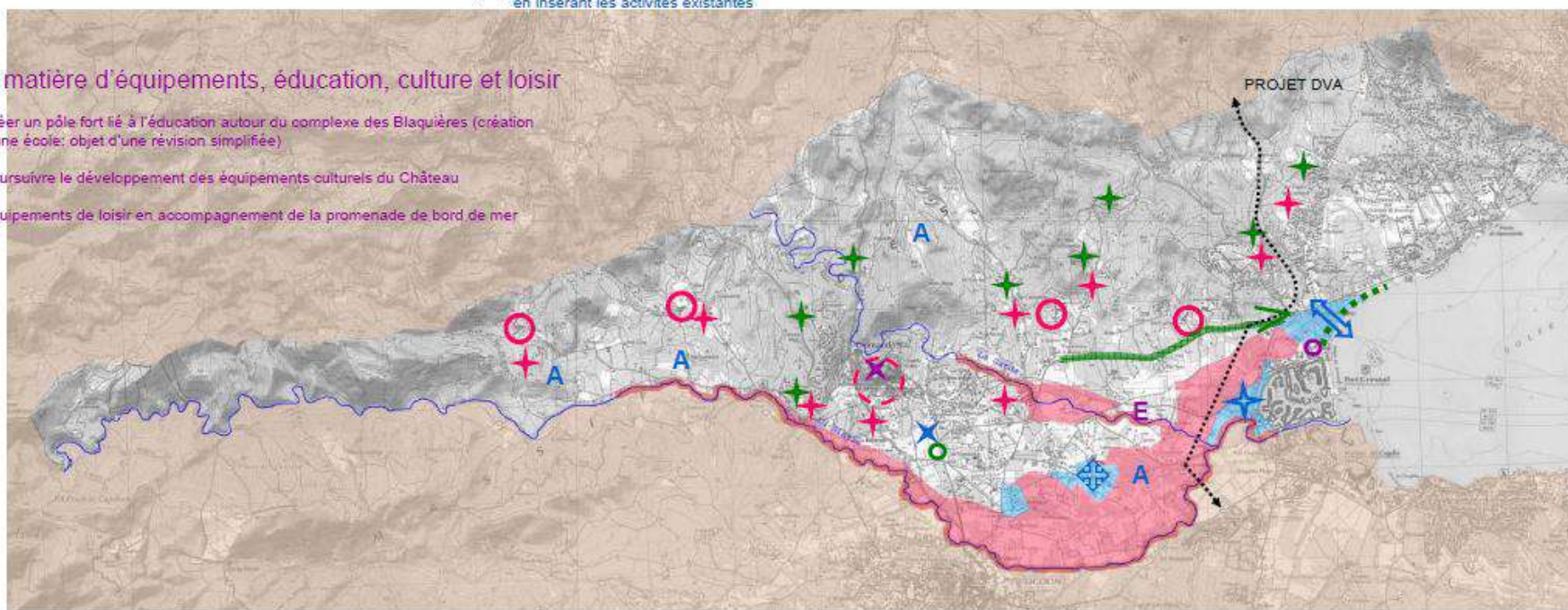
- A Conforter et promouvoir le secteur agricole notamment avec levée d'Espaces Boisés Classés pour extension domaines
- ✦ Restructurer les équipements du Parc d'Activités du Grand Pont »
 - Diversifier les activités : nouvelle économie tertiaire
 - Conserver le périmètre
 - Créer une pépinière d'activité
- ✦ Développer activités liées à la mer
- ✦ Création d'un accès maritime pour liaisons avec le golfe
- ✦ Accueil d'un équipement public en entrée de commune par Cogolin en insérant les activités existantes

En matière d'environnement et cadre de vie

- ✦ Reconquête du littoral déplacement des campings et création d'une promenade : accompagnement par des équipements spécifiques
- ✦ Réduction ou suppression d'anciennes zones constructibles NB en conflit avec la loi SRU ou NA d'après décisions administratives
- Préserver spécificité paysage au niveau de la structure du bâti et notamment en menant des actions de vigilance au regard de projets d'infrastructure
- Aménagement paysager des aménagements en entrée de ville par RD558
- ✦ Protection des cônes de vue depuis la RN98 vers la plaine
- Recul des constructions en bordure de la départementale 14
- Prise en compte des zones inondables +
- Rétablissement des réseaux hydrauliques capillaires de la plaine, création de bassins de rétention, aménagement du ruisseau St Pierre
- Prise en compte de réflexions nouvelles sur protection incendie

En matière d'équipements, éducation, culture et loisir

- E Créer un pôle fort lié à l'éducation autour du complexe des Blaquières (création d'une école; objet d'une révision simplifiée)
- ✦ Poursuivre le développement des équipements culturels du Château
- Equipements de loisir en accompagnement de la promenade de bord de mer



Chapitre 2 : Contexte réglementaire en matière de publicité

Le Règlement local de publicité est élaboré en prenant en compte le contexte réglementaire national dans lequel s'inscrit la commune.

Au regard de cette nouvelle réglementation, la commune est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération ;
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques ;
- Aux dispositions spécifiques liées à la taille des différentes agglomérations de la ville.

La commune de Grimaud est concernée par la réglementation relative aux agglomérations « de moins de 10 000 habitants ».

La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

I. Le périmètre « d'agglomération »

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse où le borde ».

En dehors de « l'agglomération », toute publicité et pré-enseigne autre que dérogatoire¹ est interdite.

Les arrêtés municipaux annexés au projet de RLP précisent les limites juridiques du périmètre d'agglomération.

Toutefois, il est à noter que la « réalité physique » de l'agglomération prévaut sur la « réalité formelle », peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti. La zone agglomérée doit présenter une certaine densité.

Ainsi, en pratique, « l'espace bâti est caractérisé par (Extrait du Porter à Connaissance de l'État) :

- 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 ».



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).

¹ Sont concernées les préenseignes signalant (R581-19 CE) :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite

- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles qui ont pour objet les immeubles dans lesquels elles ont lieu ou les activités qui s'y exercent et les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui ont lieu ou y auront lieu.



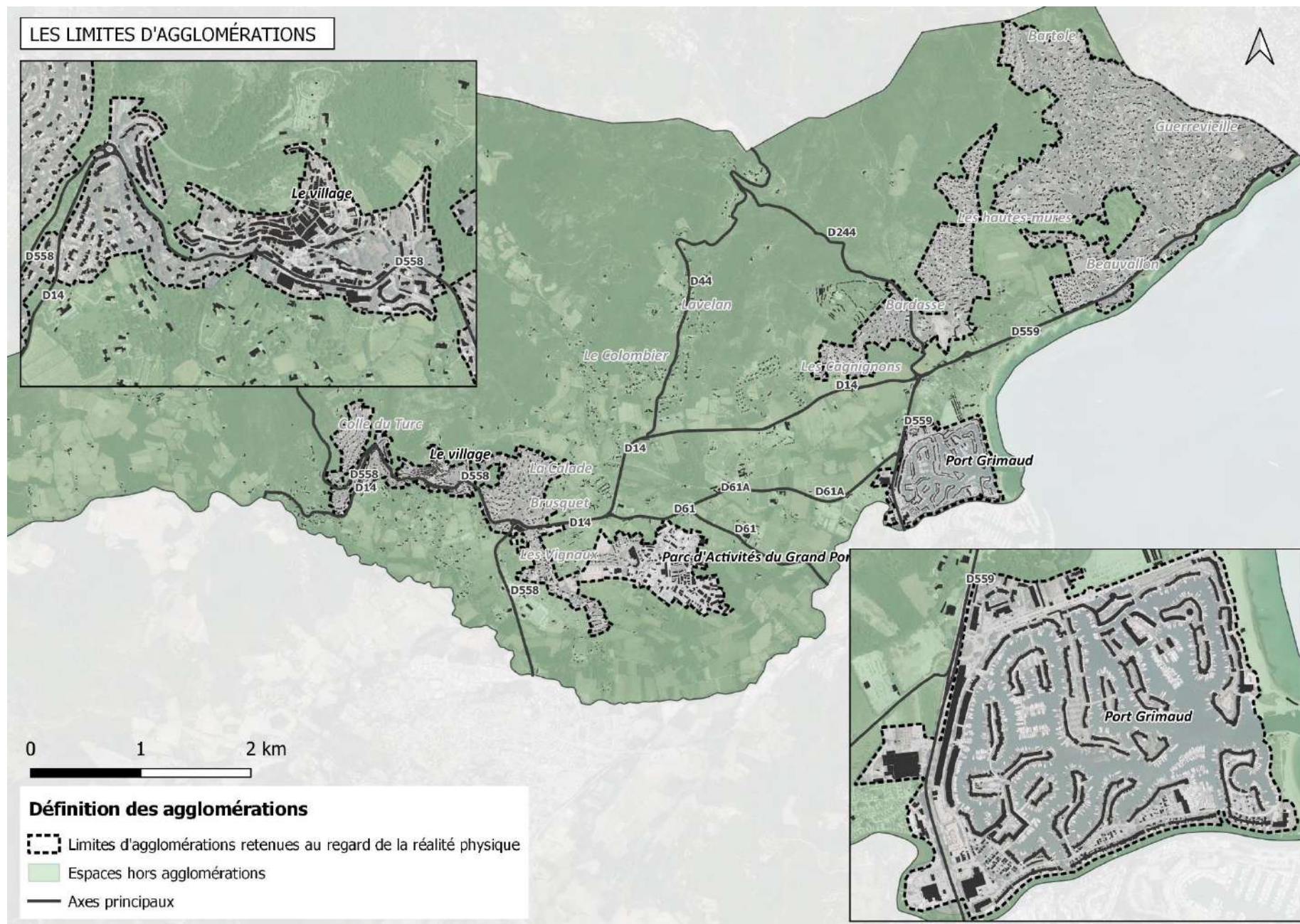
Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

➤ **A ce jour, quatre espaces agglomérés distincts peuvent être identifiés sur la commune de Grimaud :**

- Le village historique, autour duquel s'est développé le domaine de la Colle du Turc à l'ouest et les quartiers de la Calade, du Brusquet, des Vignaux à l'Est. Le développement urbain de ces derniers crée aujourd'hui une jonction avec le Parc d'Activités du Grand Pont ;
- Port Grimaud ;
- Les quartiers des Hutes-mures, Bardasse et Cagnignons ;
- Les quartiers de Guerrevieille, Beauvallon, les Cigales, en continuité avec la ville de Siente-Maxime.

Les enjeux du RLP prendront donc en compte les périmètres formels des agglomérations, tels qu'ils existent aujourd'hui. Néanmoins, ces limites seront ré-interrogées au regard de la réalité physique des espaces agglomérés.

LES LIMITES D'AGGLOMÉRATIONS



II. Les périmètres urbains et environnementaux réglementaires

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

En effet, toute publicité est interdite :

- **Les interdictions absolues (article L.581-4 du Code de l'Environnement et R.581-22)**

- 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 ;
- Sur les arbres.

Par ailleurs, les publicités sont interdites :

- Dans les espaces boisés classés (EBC) et les zones naturelles du PLU ;
- Au sol « si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express » (Art. R.581-31, alinéa 2) ;
- Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- 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 m² ;
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- Sur les murs de cimetière et de jardin public.

- **Les interdictions relatives, le RLP pourra déroger aux interdictions (L.581-8 du Code de l'Environnement, modifié en juillet 2016)**

- 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 ;
- 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.

La commune de Grimaud est concernée par plusieurs de ces périmètres :

1. Les interdictions absolues qui s'appliquent au territoire

1.1. Le site classé du Pont des Fées

Le site du Pont des Fées, d'une surface de 0,01 ha, a été arrêté en 1924. Il est un des centres d'intérêt majeur du vallon de la Garde sur les hauteurs de Grimaud, visité aujourd'hui par des promeneurs qui stationnent aisément sur les parkings autour du château de Grimaud et du moulin de St Roch.

Il subsiste encore un doute sur l'origine romaine de l'ouvrage, bien que dans son rapport à la CDS du Var le 30 janvier 1924, M. Roustan, Architecte des MH, cite les ouvrages de la « Provence Maritime » de Charles Lenteric et du dictionnaire de Provence de Garcin « qui sont nettement d'avis qu'on se trouve en présence de ruines romaines ».

C'est un site plutôt confiné et secret peu accessible qui n'est pas perceptible depuis les lieux extérieurs très fréquentés. La ville souhaite aménager avec l'ONF un circuit de découverte dans l'espace naturel autour du Pont des Fées proche du coeur même du village perché. Ce projet qui concerne le versant ubac qui domine le Pont des Fées a été présenté en 2003 à la CDS du Var qui l'a accepté.

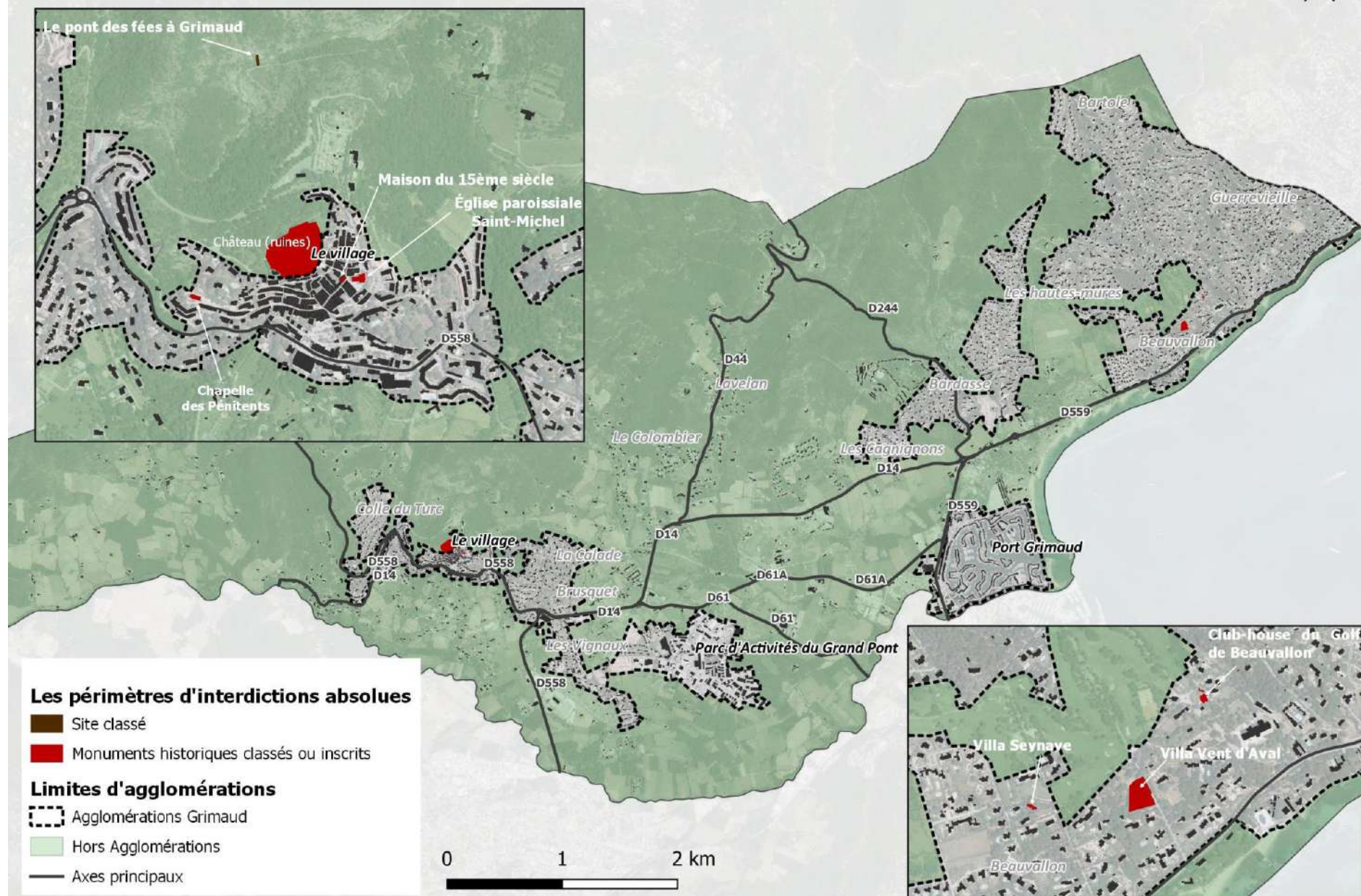
L'arrêté cite les rives du torrent que le pont des Fées traverse et les numéros de deux parcelles sans autre précision de limite. Leur examen fait apparaître une discontinuité des parcelles et une dissymétrie entre les rives. Il y a donc impossibilité de représenter un périmètre linéaire qui corresponde exactement, mais il convient de rester vigilant sur la protection souhaitée des abords du pont considérés comme étant classés.

1.2. Les monuments historiques

Le territoire de Grimaud présente 5 Monuments Historiques inscrits et 2 classés :

- Monuments inscrits :
 - Chapelle des Pénitents (arrêté du 31 mars 1976) ;
 - Golf de Beauvallon (arrêté du 22 décembre 1993) ;
 - Villa Seynave (arrêté du 16 décembre 1993) ;
 - Villa Vent d'Aval (arrêté du 16 décembre 1993) ;
 - Maison du XVème siècle (arrêté du 27 janvier 1926).
- Monuments classés :
 - Eglise paroissiale Saint-Michel (arrêté du 9 mai 1989). Périmètre de protection de 500m ;
 - Vestiges du Château (arrêté du 27 décembre 1996). Périmètre de protection de 500m.

LES INTERDICTIONS ABSOLUES (L.581-4 du C.E)



1.3. Au sol, dans les Espaces Boisés Classés et les zones naturelles du PLU

Outre les interdictions générales des articles L.581-4, L.581-7 ou L.581-8, les publicités scellées au sol sont également interdites en agglomération (Art. R.581-30) :

- Dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L.130.1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites,
- Des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un PLU ou sur un POS.

Le PLU de Grimaud (en cours de révision) intègre des prescriptions environnementales visant la préservation et la protection d'ordre environnementale ou paysagère de nombreux espaces.

2. Les interdictions relatives qui s'appliquent au territoire

En l'absence de RLP, la publicité se trouve interdite dans :

2.1. Le site inscrit de « Village de Grimaud et ses abords »

Le village de Grimaud a conservé son caractère de village provençal. Les espaces publics ont été traités sobrement, sans excès. La végétalisation des façades du noyau ancien n'a pas atteint certaines démesures visibles ailleurs. Le château a été l'objet de travaux de confortement et un théâtre de plein air en gradins y a été aménagé sans y nuire. Depuis les piémonts (route de Cogolin), la silhouette du village avec son clocher et les tours du château émergent au dessus des espaces agricoles sans que des éléments disgracieux ne viennent en perturber la contemplation. Si depuis le village même les échappées visuelles sont peu nombreuses, l'ancien château offre un superbe panorama sur les environs et en particulier en direction de Saint Tropez et de Gassin.

2.2. Le site Natura 2000 La Plaine et le Massif des Maures (ZSC)

Qualité et importance

Cette zone abrite un panel extrêmement varié d'habitats et d'espèces, aussi bien végétales qu'animales. La difficulté d'accès au site lui a permis de garder en très bon état de conservation le biotope qui le compose. L'ensemble forestier affiche un caractère exceptionnel, aussi bien sur le plan biologique, qu'esthétique. Cette zone de conservation englobe aussi de nombreux milieux hygrophiles temporaires, caractéristiques aux conditions méditerranéennes. En alliant la grande diversité et l'excellente qualité de ses milieux naturels, le site attire de nombreuses espèces animales d'intérêt communautaire et permet le développement d'espèces végétales rares. Parmi les principaux enjeux écologiques relatifs à cet ensemble, on retrouve notamment la Tortue d'Hermann (*Testudo hermanni*), espèce en voie d'extinction dont les populations sont menacées par les incendies, mais essentiellement par les activités humaines.

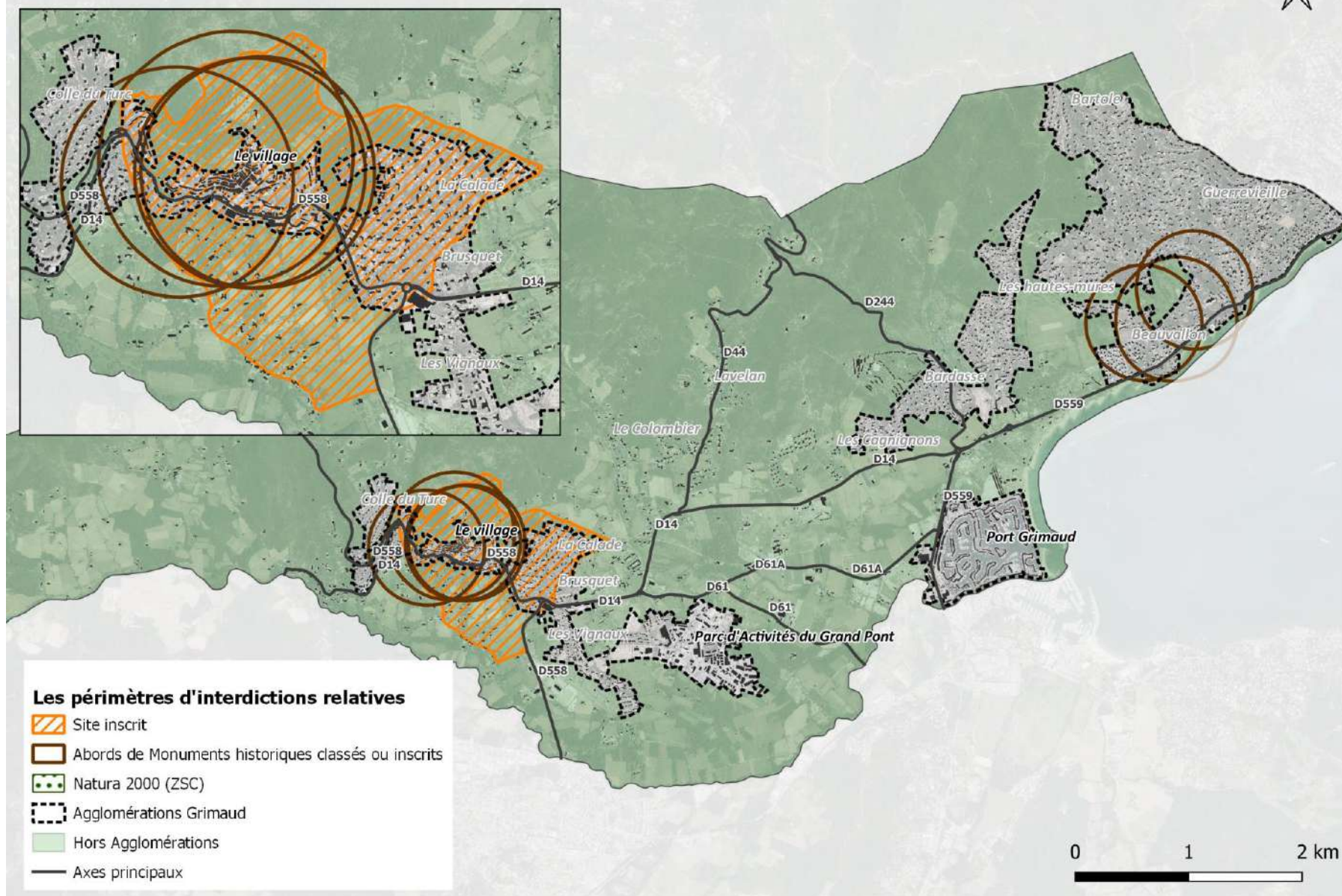
Composition du site

Classe	Couverture
Landes, broussailles, maquis, steppes, garrigues, pelouses sèches	35%
Forêts sempervirentes non résineuses	25%
Forêts mixtes	15%
Forêts caducifoliées	10%
Forêts de résineux	8%
Eaux douces intérieures (stagnantes et courantes), marais, tourbières	4%
Autres terres (zones urbanisées et industrielles, routes, mines, décharges)	3%

Vulnérabilité

Les caractéristiques qualitatives des zones humides dépendent de la qualité physique et physiologique des eaux qui les composent et de leur état de préservation. Il en est de même pour la biodiversité, qu'elle soit animale ou végétale. La conservation de la faune et de la flore remarquables est grandement dépendante celles des habitats qui composent le milieu. Or, la proximité des zones urbanisées a de fortes incidences sur l'état du milieu et les activités humaines peuvent avoir des répercussions considérables sur la qualité de ce dernier si elles ne sont pas suffisamment encadrées. A cela s'ajoute le risque important d'incendie qui concerne l'intégralité du massif.

LES INTERDICTIONS RELATIVES (L.581-8 du C.E)



III. Les règles relatives à la taille des agglomérations

Les règles nationales distinguent plusieurs types d'agglomérations :

- Les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Les agglomérations de plus de 10 000 habitants ;
- Les agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.

La commune de Grimaud est concernée par plusieurs agglomérations de moins de 10 000 habitants.

1. Les principales règles nationales applicables aux publicités et aux préenseignes pour la commune de Grimaud

> Uniquement si réintroduction par le RLP dans les espaces mentionnés au L.581-4 du code de l'environnement

Les préenseignes sont soumises aux mêmes règles que la publicité (L. 581-19 CE) à deux exceptions près : les préenseignes dites « dérogatoires » et temporaires.

1.1. Publicité murale

Sous le vocable « publicité murale » sont regroupées toutes les publicités installées sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité : mur de tout bâtiment, mur de clôture, clôture ou palissade de tout type. Elle s'oppose à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.

1.1.1. Règles de surface et de hauteur

Pour la commune de Grimaud, les dispositifs doivent respecter les prescriptions applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, **soit 4 mètres carrés de surface maximale et 6 mètres de hauteur maximale.**

1.1.2. Règles d'implantation

Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 m du niveau du sol (Art. R.581-27, alinéa 1^e CE) et ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (art. R. 581-27, alinéa 2 CE).

La publicité non lumineuse et enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-27 C.env. et art. R581-60 CE).



Extrait Guide du ministère de l'écologie – 2012 : Illustration de la notion de non-dépassement de l'égout du toit

Une publicité ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,25 m (Art. R.581-28 CE). Ce surplomb nécessite l'accord écrit du propriétaire, que le surplomb concerne le domaine public ou une parcelle privée.

1.1.3. Règle de densité

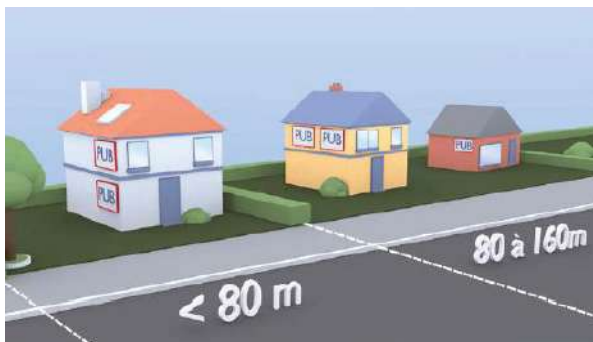
Depuis le 1er juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R.581-25 CE).

La règle de la densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur l'unité foncière, aucun autre dispositif ne pourra être installé, si petit soit-il.

Lorsqu'une unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, **deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support**, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...).

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 m au-delà de la première**.

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires, dont l'inter-distance est de 100 m (Art. R581-55 CE).



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.

1.2. Publicité scellée au sol ou installée directement au sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol s'oppose à la publicité murale puisqu'elle n'est pas installée sur un support qui existait préalablement. Elle est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol.

Comme pour les publicités murales, le seuil de dix mille habitants composant l'agglomération communale et l'unité urbaine de plus de cent mille habitants constituent les critères qui déterminent les règles applicables : **les publicités scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.**

1.3. 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.

1.3.1. 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 4m² maximum et une hauteur de 6m, pour une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

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

1.3.2. 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.

Les dispositifs muraux et scellés au sol numériques sont interdits, pour une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

1.3.3. Les autres lumineux

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.

Comme pour la publicité lumineuse numérique, ce type de dispositif est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

1.4. Le mobilier urbain

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité. C'est une installation implantée sur le domaine public à des fins de commodités pour les usagers.

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 oeuvres artistiques.

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles. (Art. L581-45 CE). Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives. (Art. L581-46 CE).



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.

Surface de la publicité sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire 6 m ² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m ² recto, 2 m ² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m ²	50 m ²



L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

1.5. 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 ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants (Article R581-53 du CE).

1.6. 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.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants (Article R581-56).

1.7. 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.

1.8. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

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 » (Art. L.581-16 CE).

La surface minimum attribuée dans chaque commune à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l'article R.581-2 du code de l'environnement :

- Quatre mètres carrés pour les communes de moins de deux mille habitants ;
- **Quatre mètres carrés plus deux mètres carrés supplémentaires par tranche de deux mille habitants au-delà de deux mille habitants, pour les communes de deux à dix mille habitants (cas de la commune de Grimaud) ;**
- Douze mètres carrés plus cinq mètres carrés par tranche de dix mille habitants au delà de dix mille habitants pour les autres communes.

La commune de Grimaud compte 4 300 habitants (INSEE 2015) et est dans l'obligation de mettre à disposition 8 m² de panneaux dédiés à l'affichage d'opinion.

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 (Art.R.581-3 CE).

1.9. Synthèse des principales dimensions autorisées

1.9.1. Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	4 m²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	Interdite	-
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche, 4m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Interdites	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Interdit	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

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

- Interdite sur tout type de support
- Interdite également sur mobilier urbain

2. Les règles nationales applicables aux enseignes pour la commune de Grimaud

L'enseigne doit être constituée de matériaux durables, ce qui exclut toute utilisation de papier ou de carton. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-58 CE).

2.1. L'enseigne en façade

L'enseigne en façade porte quelquefois le nom d'enseigne en bandeau ou en applique. Plus généralement, constitue une telle enseigne toute inscription, forme ou image peinte directement sur le mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lui même fixé sur le mur, voire le caisson (lumineux ou non) posé à plat sur le mur, ainsi que les lettres, signes, images, formes découpées et fixées sur le mur sans support.

2.1.1. Implantation de l'enseigne à plat sur un mur ou parallèlement

Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R.581-60 CE). Elles ne peuvent notamment être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture. **Soit l'enseigne est fixée sur le mur et ne doit pas en dépasser les limites, soit elle est en toiture et respecte les règles propres à cette catégorie** (cf. partie suivante). Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.



Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne peuvent constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0,25 m** (Art. R.581-60 CE). Ces enseignes ne peuvent, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

2.1.2. Implantation des enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies

Alors que la publicité est interdite sur toutes les formes de balcons, balconnets, auvents etc. les enseignes sont admises, sous conditions (Art. R.581-60, alinéa 2 CE) :

- Les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 m ;
- Elles peuvent être installées devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- Elles peuvent être installées sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 m par rapport à lui.

2.1.3. Implantation des enseignes perpendiculaires

Dites aussi en drapeau, dénommées « en potence » lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne, les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne doivent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon (Art. R.581-61, alinéa 1 CE). Elles ne doivent pas constituer une saillie de plus de 2 m par rapport au mur supérieure.

Le RLP peut en outre imposer une hauteur minimum et/ou une hauteur maximum, exprimées en mètres ou en regard de l'architecture du bâtiment.

2.1.4. Surface maximum des enseignes sur façade

Le décret du 30 janvier 2012 impose aux enseignes apposées sur une façade commerciale, une surface maximum qui se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63 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 ;
- La surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m².



Sur chaque façade, la surface cumulée des enseignes (en vert) est comparée à la surface totale de la façade (hauteur x largeur), baies comprises. Les publicités et le microaffichage (en rouge) n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes.

2.2. L'enseigne sur toiture

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses en tenant lieu des bâtiments où s'exerce une activité, lorsque l'activité concernée est exercée dans plus de la moitié du bâtiment considéré (surface de plancher). Elles doivent alors être « réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut » (Art. R.581-62 CE).

Dimensions et surface maximum

Lorsqu'elles signalent des activités exercées dans plus de la moitié du bâtiment, la hauteur des enseignes en toiture ne peut excéder 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 m. Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 m, les enseignes n'excéderont pas le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 m (Art. R.581-63 CE).

Enfin, depuis le 1^{er} juillet 2012, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



Une enseigne en toiture (comme une publicité) doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles. Bandeau technique de 0,50 m maximum.



Enseigne peinte sur un toit assimilée à une enseigne en toiture.

Enseignes en toiture si l'activité est exercée dans plus de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité exercée dans moins de 50 % du bâtiment
Enseignes en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade $\leq$ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade $\leq$ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m ²	surface cumulée limitée à 60 m ²

2.3. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'immeuble où s'exerce l'activité, en l'occurrence sur l'unité foncière où s'exerce l'activité. Toute inscription, forme ou image installée sur un autre lieu est une préenseigne ou une publicité. Les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.

2.3.1. Surface et hauteur

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (cas de l'agglomération de Grimaud), la surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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

2.3.2. Densité

Lorsque les enseignes font plus de 1 m², elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa).

2.4. L'enseigne lumineuse

Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Eclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles.

Extinction nocturne

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et sept 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 » (Art. R.581-59).

2.5. Synthèse des principales dimensions autorisées

2.5.1. Règles nationales s'appliquant au territoire communal

	Surface maximum	Hauteur maximum au dessus du sol	Densité
Enseigne sur façade commerciale <i>Art. R581-63 CE</i>	Surface cumulée : 15% de la surface de la façade commerciale si façade $\geq 50\text{m}^2$ 25% de la surface de la façade $< 50\text{m}^2$ (sauf exceptions)	-	-
Enseigne sur toiture <i>Art. R581-62 CE</i>	60 m ² cumulés pour un même établissement (sauf exceptions)	3m lorsque hauteur façade $\leq 15\text{m}$ 1/5 ^e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m, si hauteur façade $> 15\text{m}$	-
Enseigne sur auvent ou marquise <i>Art. R581-60 CE</i>	-	1 m	-

Enseigne sur balcon et balconnet <i>Art. R581-60 CE</i>	-	Hauteur du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie	-
---	---	--	---

Dispositions spécifiques hors agglomérations et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581.65 CE</i>	6 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur $\geq 1\text{m}$ 8 m de haut si largeur $< 1\text{m}$	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 réglementé

3. Les règles nationales applicables aux 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.

3.1. Spécificités aux enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

- Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.
- Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

• Durée

Les enseignes 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. Le RLP peut réduire ces durées, afin de prévenir une présence continue d'enseignes temporaires liée à une succession d'opérations commerciales tout au long de l'année.

• Implantation

2^{ème} alinéa de l'article R.581-58 : « elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ». Le bon état de propreté est d'autant plus à surveiller que le 1^{er} alinéa de l'article R.581-8 ne s'applique pas. Puisque temporaires, ces enseignes n'ont pas l'obligation d'être constituées de matériaux durables ;

Par ailleurs, la surface unitaire maximale des enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier, est limitée à douze

mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol. Aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée, à l'exception des enseignes en toiture comme indiqué plus haut ou des enseignes « immobilières » scellées au sol. Un RLP pourra prévoir des prescriptions plus restrictives les concernant.

3.2. Spécificités aux préenseignes temporaires

Dans les agglomérations de plus de dix mille habitants et dans les agglomérations de moins de dix mille habitants appartenant à une unité urbaine de plus de cent mille habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités et notamment sont soumises à déclaration préalable lorsque leur hauteur dépasse un mètre et leur largeur un mètre cinquante (Art. R.581-6).

Chapitre 3 : Bilan du RLP en vigueur

I. Présentation Générale

La commune de Grimaud bénéficie d'ores et déjà d'un règlement local de publicité instauré par arrêté municipal le 18 octobre 2011.

Ce dernier avait pour objectif limiter la densité des dispositifs publicitaires, notamment sur certains axes routiers, de préciser les dimensions des dispositifs d'enseignes, d'autoriser des zones de publicité et de prendre en compte les conclusions des Grenelle 1 et 2.

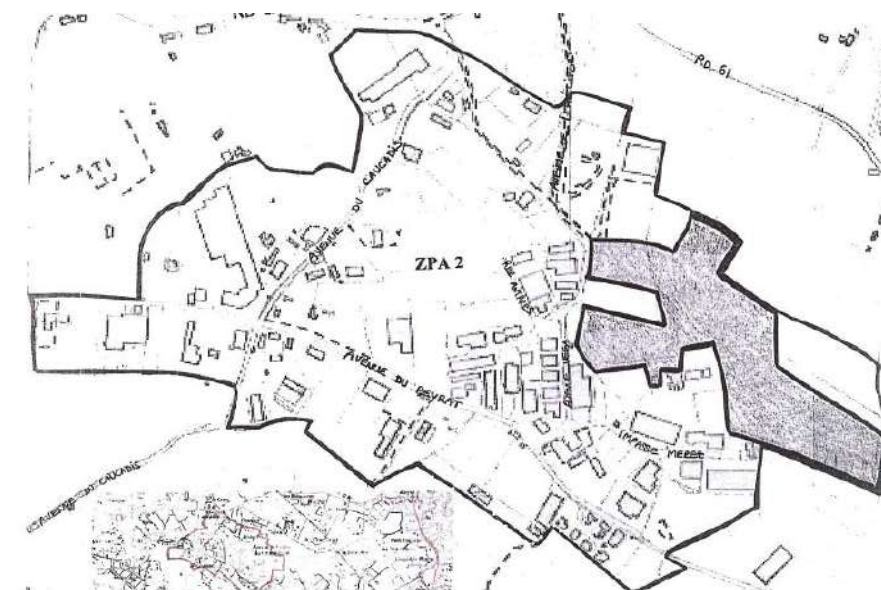
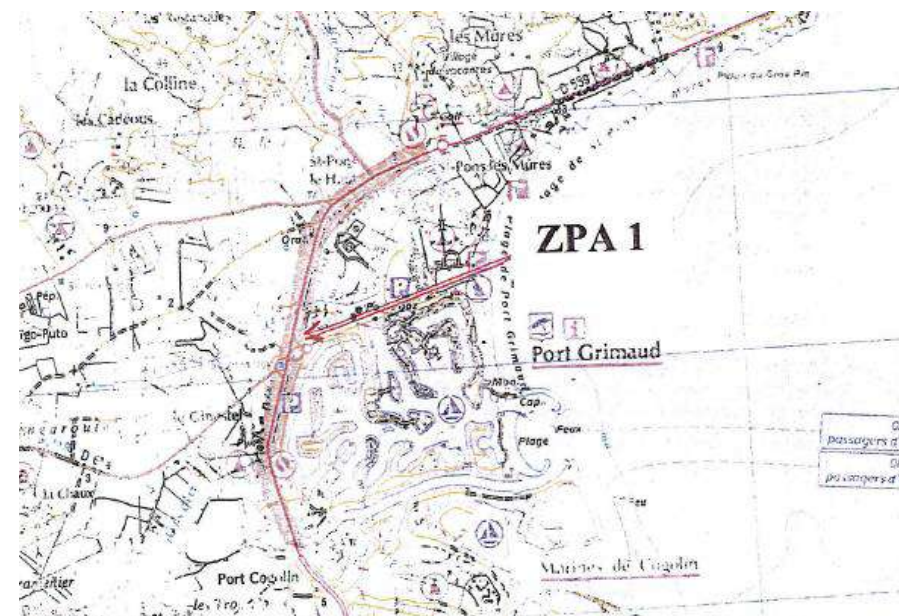
II. Les zones de publicités en vigueur

L'existence d'un Règlement Local de Publicité sur le territoire communal permet aujourd'hui l'implantation de dispositifs publicitaires au sein :

- Des agglomérations communales ;
- De deux zones de publicités autorisées (ZPA) ;

La ZPA1 correspond aux abords de la RD559, du Giratoire "Carrefour Pierre et Vacances" jusqu'à la limite de la commune en direction de Cogolin (pont sur le Giscle), sur une largeur de 20 mètres de chaque côté de l'axe de la voie.

La ZPA2 correspond au Parc d'activités du Grand Pont ainsi qu'à l'accès par l'avenue de l'héliport à partir du rond point de la RD61.



III. Synthèse des principales règles

Les dispositifs suivants : banderole, kakemono, calicots, fanions et drapeaux, sont interdits dans l'ensemble de la commune hors ZPA.

1. Publicités

1.1. Dispositions générales

Dans les zones où la réglementation l'autorise, les installations de dispositif publicitaires doivent respecter :

- Une inter-distance de 100 mètres est à respecter entre 2 dispositifs ou matériel supportant de la publicité de quelque nature que ce soit à l'exception du mobilier urbain.
- Un seul dispositif peut être installé par unité foncière

	En agglomération	Hors agglomération		Hors agglomération
		ZPA1 (Abords RD559)	ZPA2 (Parc d'activités du Grand Pont)	
Publicité murale	Interdites sur les murs d'habitations et les clôtures non aveugles	Autorisée	Autorisée	A l'exclusion des dérogations en ZPA, toute publicité est interdite en dehors de l'agglomération (Article 2.3)
Publicité scellée au sol	Autorisée	Autorisée	Autorisée	
Publicité sur mobilier urbain	2 m² et hauteur limitée à 3 m	2 m² et hauteur limitée à 3 m	2 m² et hauteur limitée à 3 m	
Préenseignes temporaires qui signalent des opérations immobilières de plus de 3 mois	Interdites	Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants si leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.		
Préenseignes dérogatoires	Interdites	Les préenseignes dérogatoires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol. Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.		

2. Enseignes

		En agglomération	Hors agglomération		Hors agglomération
			ZPA1 (Abords RD559)	ZPA2 (Parc d'activités du Grand Pont)	
Enseignes scellées au sol	Nombre	Interdites	1 dispositif maximum		
	Surface		Surface de 4m²		
	Hauteur		3 m		
Enseignes apposées au sol		Portatif de 1m² autorisé Drapeaux et oriflammes interdits			
Enseignes apposées à plat sur façade de bâtiments	Saillie	0,25 cm			
	Surface	4 m²	6 m²	15 m²	6 m²
Enseignes apposées à plat sur murs de clôtures et clôtures		Interdites			
Enseignes perpendiculaires	Hauteur	1/3 de la hauteur du mur qui la supporte			
	Saillie	50 cm max			
Enseignes sur toiture, terrasse		Interdites			
Temporaire	Nombre	1 par unité foncière			
	Surface	6 m²			

Chapitre 4 : État des lieux des publicités et enseignes et enjeux

I. État des lieux général

La commune de Grimaud est concernée par la présence de l'ensemble des dispositifs publicitaires règlementés par le Code de l'Environnement. Néanmoins, **l'affichage de publicités et de préenseignes y est plutôt limité**. Ce constat indique une bonne application du RLP communal en vigueur et du respect de la réglementation nationale. Ainsi, une grande majorité de dispositifs identifiés et visuellement prégnants dans le paysage local correspond aux enseignes.

Les dispositifs de type préenseignes sont essentiellement recensés le long des routes départementales (D14, D558, D559, D61 et D61A), principales traversées communales. Parfois localisés en dehors des espaces agglomérés, ces panneaux sont aujourd'hui non conformes à la réglementation nationale.



Abords de la D559

La publicité concerne quant à elle essentiellement le mobilier urbain de petit format. Celui-ci est présent ponctuellement le long des axes principaux de la commune et exclusivement au sein d'abris voyageurs.

Les dispositifs de type enseignes sont également dominants le long des axes départementaux cités précédemment, en agglomération mais également en dehors. En effet, ces axes sont souvent bordés directement par les unités foncières des bâtiments d'activités en question, qu'elles soient isolées (cas du intermarché le long de la D558), ou rapprochées les unes des autres à l'image des nombreux campings le long de la route du littoral.

En dehors des axes principaux, les enseignes sont ensuite regroupées sur les différents pôles économiques et touristiques de la commune, à savoir : le centre-ville, la zone d'Activités du Grand-Pont ainsi que dans Port Grimaud. Ces différents secteurs représentent les espaces à enjeux du futur RLP.

Les quartiers d'habitats alentours et autres entrées de ville ne présentent pas aujourd'hui de dispositifs publicitaires. Ils ne constituent pas des secteurs à enjeu.

Les différents dispositifs n'ont pas fait l'objet d'un recensement exhaustif, néanmoins un recensement géographique et photographique mené en avril 2021 permet d'identifier les enjeux du territoire. Ces enjeux, sont présentés dans les parties suivantes, par secteurs et sur la base d'exemple illustré.

II. Les secteurs à enjeux

1. Le centre-village

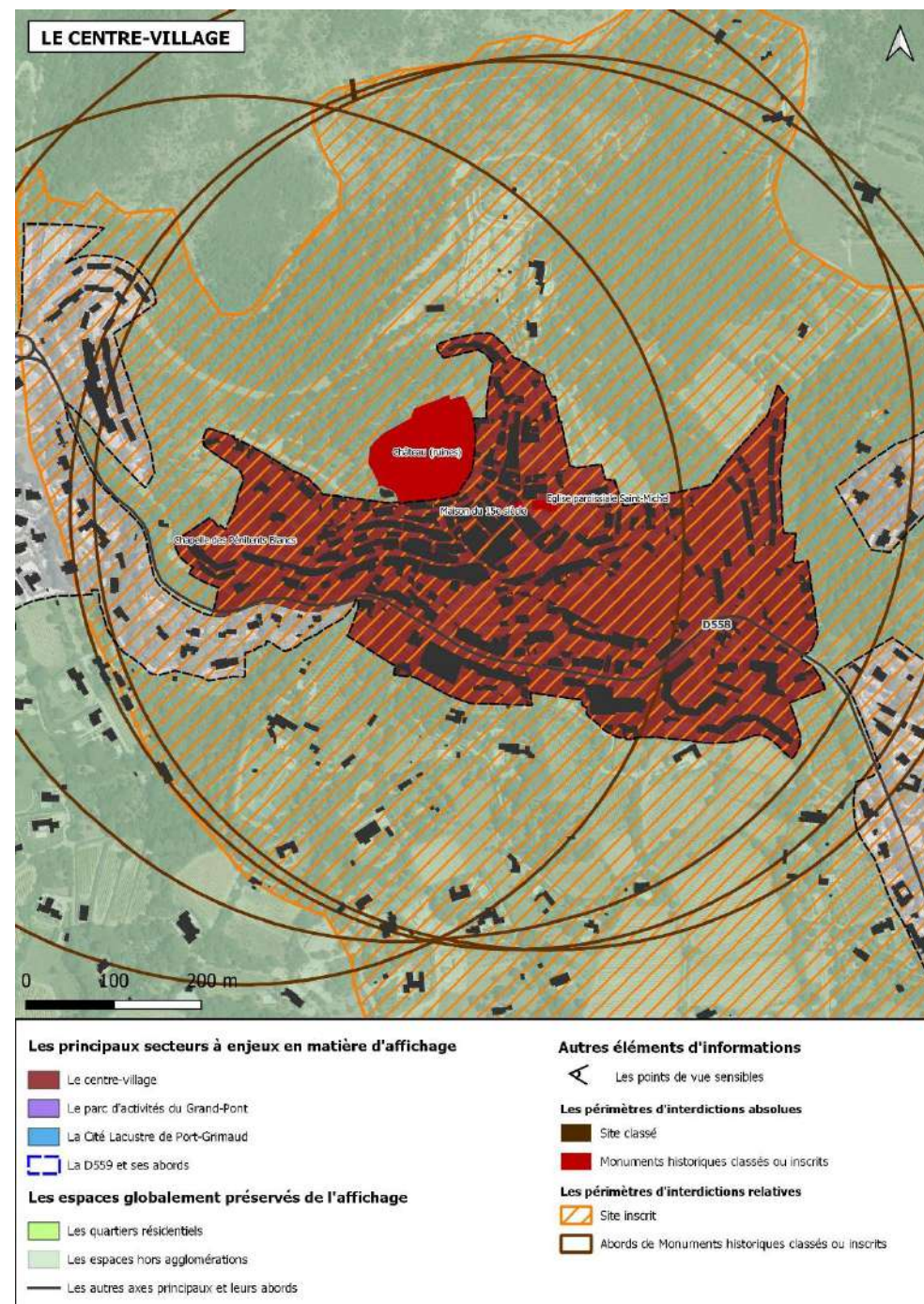
Caractéristiques de la zone :

- Centralité historique de la commune ;
- Secteur protégé par des classements patrimoniaux (site inscrit, périmètres d'abords de monuments historiques)
- Nombreux équipements et commerces nécessitant une bonne visibilité ;



Dispositifs d'affichage présents :

- Une absence totale de publicités ;
- Quelques préenseignes de type chevalet stop trottoir nécessaire à la visibilité des commerces ;
- Une Signalétique d'Information Locale (SIL), bien développée
- De nombreuses enseignes essentiellement :
 - Apposées à plat sur bâtiment ;
 - Perpendiculaires au mur ;
 - Apposées sur auvents ou stores-bannes ;



1.1. Des (pré)enseignes scellées ou apposées au sol

Des (pré)enseignes apposées au sol, de type chevalet stop trottoir



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Limiter le nombre d'enseigne apposée au sol par activité pour éviter tout encombrement des trottoirs ;
- Encadrer le format maximum (maintenir l'état existant) ;
- Favoriser l'esthétisme des dispositifs de type chevalet au sein du centre historique ;
- Renforcer si nécessaire l'utilisation de la Signalétique d'Information Locale (barettes) ;

1.2. Des enseignes apposées à plat ou parallèlement à la façade

Des enseignes qualitatives en lettres découpées fixées directement sur la façade



Des enseignes qualitatives en lettres découpées ou peintes sur des menuiseries bois



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Maintenir la qualité des enseignes apposées à plat sur la façade (couleurs, matériaux) ;
- Favoriser les lettres découpées fixées directement sur la façade ;
- Limiter le nombre d'enseigne par façade ;
- Eviter la superposition d'enseigne : en bandeau et sur store ;
- Encadrer les formats maximum (hauteur, largeur) ;
- Interdire l'implantation au-delà du rez-de-chaussée commerciale ;

D'autres enseignes fixées sur la façade plus ou moins originales (forme, matériaux utilisés)



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Préserver la qualité des façades, notamment lorsqu'elles sont composées de pierres ;
- Favoriser les lettres découpées fixées directement sur la façade pour une meilleure intégration ;
- Interdire l'implantation sur des balcons, balconnets, volets ou autres éléments d'architecture ;
- Encadrer l'implantation des enseignes, :
 - o éviter les enseignes sur murs aveugles (en l'absence d'ouverture liée au commerce)
 - o favoriser le respect des lignes de composition de la façade

1.3. Des enseignes perpendiculaires ou en drapeaux

Des enseignes perpendiculaires originales, en fer forgée, adaptée à la qualité d'un centre historique



Des enseignes perpendiculaires au style plus moderne



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Limiter le nombre d'enseigne perpendiculaire par façade
- Encadrer le format maximum (maintenir l'état existant)
- Éviter la superposition d'enseignes perpendiculaires
- Interdire l'implantation au-delà du rez-de-chaussée commerciale
- Favoriser l'emploi de matériaux nobles (fer, bois) en continuité de l'existant.

1.4. Les enjeux en matière d’affichage au sein du centre-ville

Préservation de la qualité architecturale du centre historique et de valorisation des activités locales

En matière de publicités/préenseignes

- **Maintenir une absence de publicité sur le centre-ville, à l’exclusion des préenseignes apposées au sol** (sur domaine public), nécessaire à la visibilité des commerces en retrait de la voie publique ;
- **Développer la signalétique d’information locale pour renforcer la visibilité des activités ;**

En matière d’enseignes

- Maintenir l’interdiction d’enseignes scellées au sol (comme le RLP actuel) ou permettre leur introduction de façon très limitée, avec des dimensions adaptées à l’échelle du centre villageois ;
- Encadrer le nombre d’enseignes en façade (densité) ;
- Veiller à la qualité des enseignes (couleurs, matériaux, luminosité), à leur intégration architecturale en favorisant notamment les enseignes en lettre découpées ;
- Interdire les enseignes sur balcons, en toiture, sur supports souples et l’implantation sur les étages non commerciaux ;

2. Le Parc d'Activités du Grand Pont

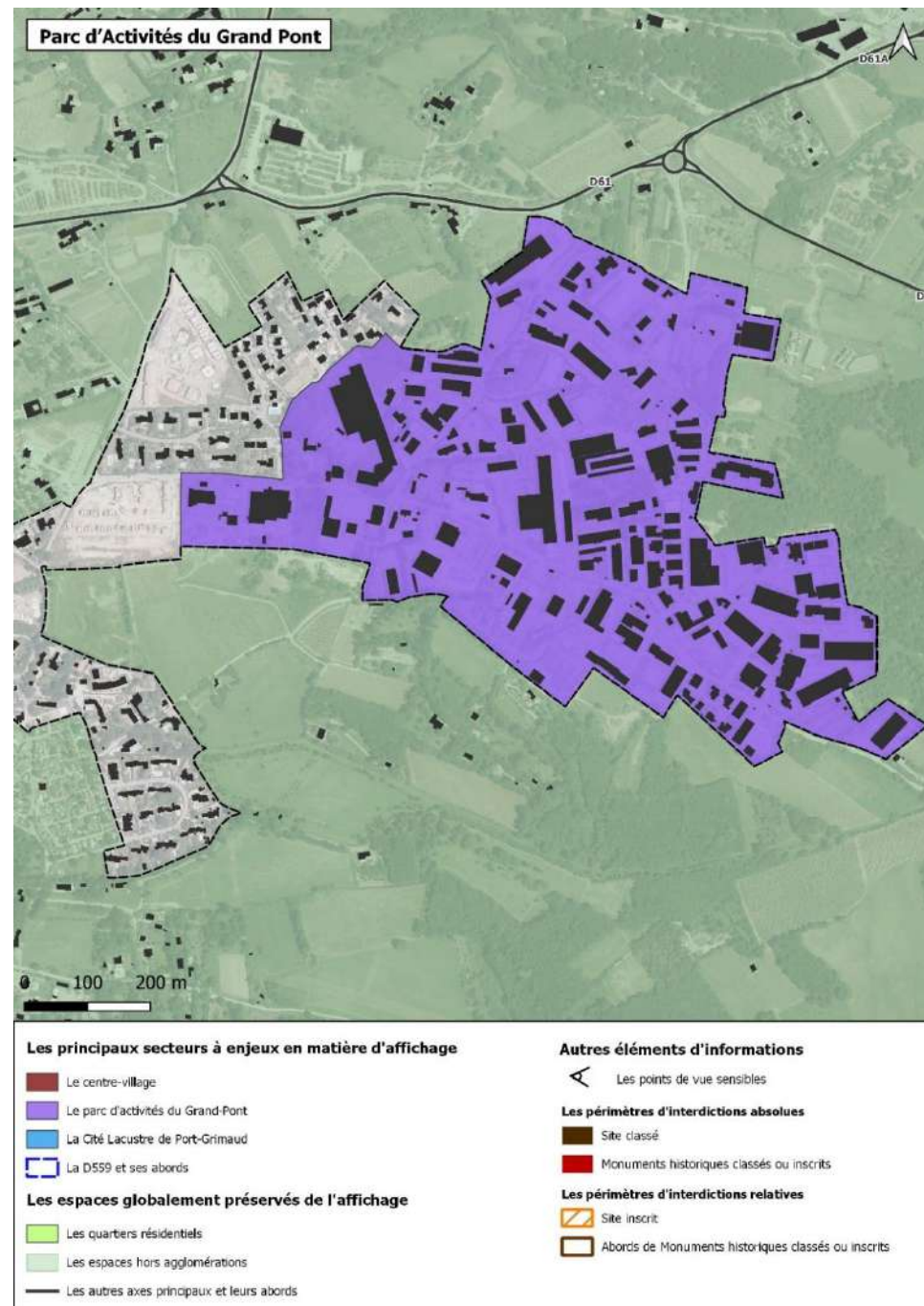
Caractéristiques de la zone :

- Principal pôle d'activité artisanale de la commune ;
- Secteur éloigné des espaces à forte sensibilité paysagères et patrimonial ;
- Densité importante d'activités et nombre important de dispositifs d'affichage sur la zone, rendant difficile la lisibilité de la zone et impactant sa qualité urbaine ;



Dispositifs d'affichage présents :

- Absence de dispositifs publicitaires ;
- Une Signalétique d'Information Locale (SIL), bien développée aux entrées de la zone, néanmoins sa densité rend difficile sa lecture ;
- De nombreuses enseignes essentiellement :
 - Scellées au sol de grandes dimensions ;
 - Apposées à plat ou parallèlement à la façade de bâtiment ;
 - Apposées à plat ou parallèlement à une clôture ;



2.1. Des enseignes scellées au sol

Des enseignes scellées au sol à la qualité hétérogène, qui surcharge le paysage de la zone et ne participent pas à sa lisibilité



Pistes d'amélioration :

- Limiter les formats (4m² au RLP actuel) ;
- Favoriser le format Totem et la mutualisation des dispositifs lorsqu'ils sont implantés sur une même unité foncière ;

2.2. Des enseignes apposées à plat ou parallèlement à la façade

Des enseignes parallèles en façade à la qualité hétérogène.



Pistes d'amélioration :

- Limiter la densité (le nombre) en façade (15m² en ZPA2 au RLP actuel) ;
- Encadrer les formats ;
- Renforcer les règles d'implantation ;

2.3. Des enseignes apposées à plat ou parallèlement à une clôture

Des enseignes parallèles aux clôtures non aveugles qui donnent une mauvaise image de la zone.



Pistes d'amélioration :

- Interdire ce type de dispositif peu esthétique ;
- ou limiter le nombre par activité et les dimensions autorisées ;



2.4. D'autres categories d'enseignes

D'autres enseignes rencontrées de façon limitée

Enseigne en toiture



Pistes d'amélioration :

- Interdire les enseignes en toiture
- ou limiter le nombre (1 par activité) et les dimensions ;

Enseigne perpendiculaire



Pistes d'amélioration :

- Limiter le nombre d'enseigne perpendiculaire par activité ;
- Encadrer les formats maximum ;

2.5. Les enjeux en matière d’affichage au sein de la zone d’activités du Grand-Pont

Valorisation de la qualité paysagère de la zone et amélioration de la visibilité des entreprises

En matière de publicités/préenseignes

- **Maintenir une quasi-absence de publicité et préenseignes dans un secteur déjà chargé en enseigne d’activités ;**
- **Poursuivre l’implantation de signalétique d’information pour une meilleure visibilité des activités ;**

En matière d’enseignes

- Limiter les formats, hauteurs des enseignes scellées au sol pour atténuer l’impact de leur présence et gagner en lisibilité à l’intérieur de la zone ;
- Encadrer la densité d’enseignes en façade ainsi que les implantations ;
- Veiller à la qualité des enseignes (couleurs, matériaux) ;
- Interdire les enseignes sur toiture ;
- Interdire les enseignes sur clôtures qui cumulées avec les autres enseignes, notamment scellées au sol, chargent le paysage de la Z.A ;
- Limiter le recours aux enseignes lumineuses et renforcer les horaires d’extinctions ;

3. Port Grimaud

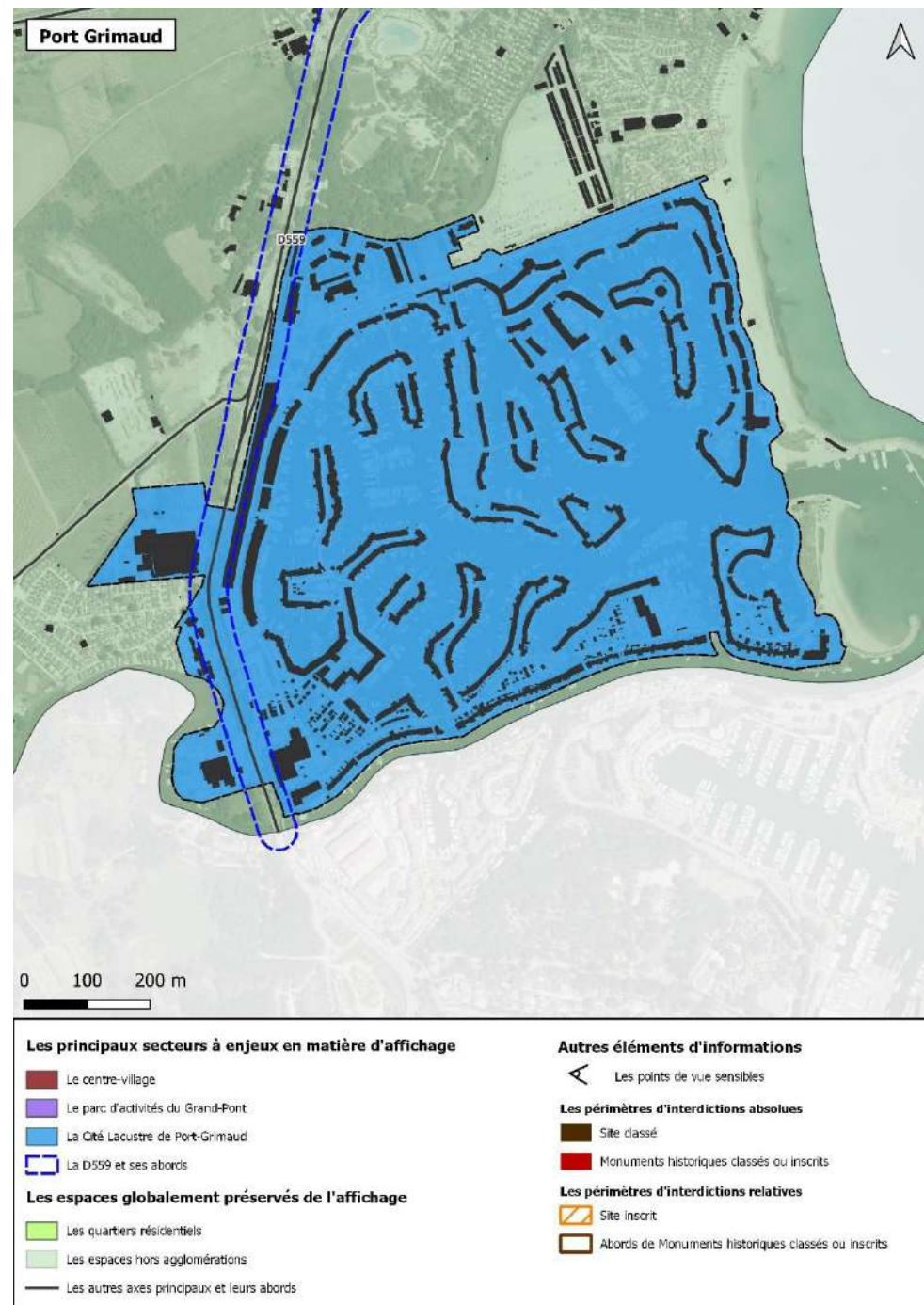
Caractéristiques de la zone :

- Un des principaux sites touristiques de la commune ;
- Copropriétés privées dont le cœur de la cité est ouvert aux visiteurs ;
- Secteur labellisé Patrimoine du XXe siècle ;
- Nombreux commerces implantés dans un lieu atypique ;



Dispositifs d'affichage présents :

- Une absence totale de publicités ;
- Quelques préenseignes de type chevalet stop trottoir nécessaire à la visibilité des commerces ;
- De nombreuses enseignes essentiellement :
 - Apposées à plat ou parallèlement à la façade de bâtiment ;
 - Apposées sur auvents ou stores-bannes ;



3.1. Des enseignes apposées à plat ou parallèlement à la façade

Des enseignes apposées parallèlement à la façade plus ou moins originales selon les activités



Pistes d'amélioration :

- Limiter le nombre d'enseigne par activité ;
- Encadrer les formats maximums ;
- Privilégier des matériaux ;

3.2. Des enseignes apposées sur store

Des enseignes apposées sur store, marquise



Pistes d'amélioration :

- Limiter l'écriture de l'enseigne au lambrequin du store à l'image de ce qu'il se fait déjà ;

3.3. Des enseignes apposées sur auvents

Des enseignes apposées sur auvent, dont les hauteurs sont plutôt homogènes



Pistes d'amélioration :

- Maintenir les hauteurs d'enseignes existantes ;
- Proposer des enseignes sur auvent en lettres découpées pour réduire leur impact visuel ;
- Interdire les bandeaux de couleur fluo, ou définir un panel de couleur afin de valoriser l'identité du site ;

3.4. Les enjeux en matière d’affichage au sein de Port-Grimaud

Renforcer l’identité de Port-Grimaud et sa qualité architecturale

En matière de publicités/préenseignes

- **Maintenir une absence de publicité dans Port-Grimaud ;**
- **Implanter si nécessaire une signalétique d’information pour une meilleur visibilité des activités ;**

En matière d’enseignes

- Interdire l’implantation d’enseigne scellée au sol ;
- Interdire l’implantation d’enseigne perpendiculaire ;
- Encadrer la densité d’enseignes en façade;
- Veiller à la qualité des enseignes (couleurs, matériaux, luminosité)
- Développer une identité graphique propre à Port-Grimaud ;
- Interdire les enseignes sur balcons, supports souples et aux étages non commerciaux ;
- Encadrer les catégories d’éclairage en privilégiant la projection, la transparence et le rétro-éclairage ;

4. Les abords de la route du littoral (D559)

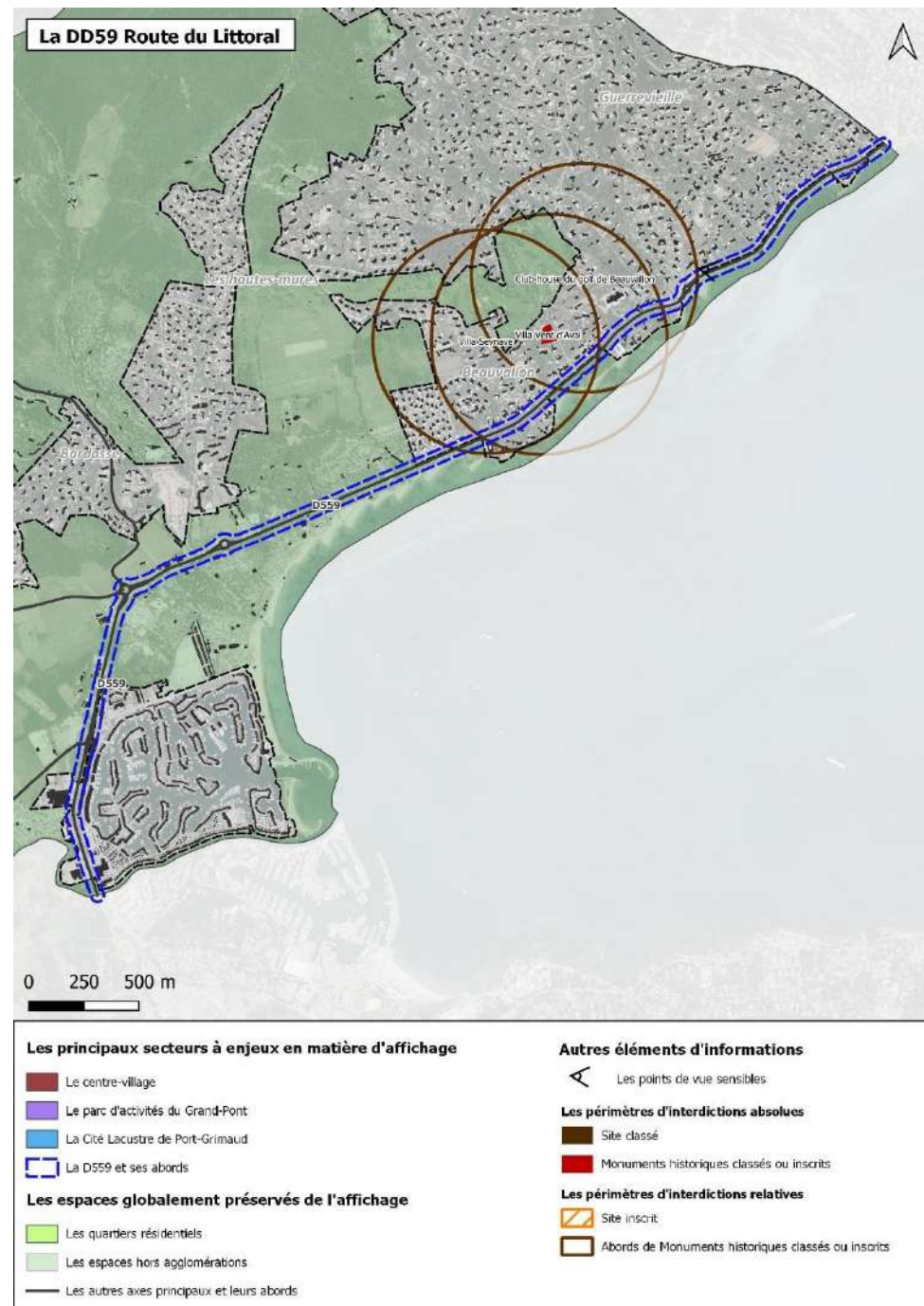
Caractéristiques de la zone :

- Principale traversée du territoire ;
- Dessert les nombreux campings implantés sur le littoral communal ;
- Offre des perceptions directes sur la mer ;



Dispositifs d'affichage présents :

- Quelques dispositifs publicitaires (essentiellement sur abri-voyageurs) ;
- De nombreuses enseignes essentiellement :
 - Scellées au sol de grandes dimensions ;
 - Apposées au sol de type oriflammes ;
 - Apposées à plat ou parallèlement à la façade de bâtiment ;
 - Apposées à plat ou parallèlement à une clôture ;



4.1. Des publicités sur mobilier urbain

De l'affichage publicitaire sur mobilier urbain (abris-voyageurs)



Pistes d'amélioration :

- Limiter le nombre de dispositifs publicitaire aux seuls abri-voyageurs ou sucettes de format 2m².

4.2. Des publicités scellée au sol



De l'affichage publicitaire numérique scellé au sol, **non conforme à la réglementation nationale**

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (Article R581-34 du CE)

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (Article R581-31 du CE)

4.3. Des enseignes scellées ou apposées au sol

Des enseignes apposées ou scellées au sol, à la qualité hétérogène, qui ne participent pas à la mise en valeur du littoral communal ni à la lisibilité des activités



Pistes d'amélioration :

- Encadrer les formats maximums
- Privilégier les formats totem (plus haut que large)
- Interdire ou limiter les enseignes sur oriflammes souvent peu qualitatifs

4.4. Des enseignes apposées à plat ou parallèlement à la façade

Des enseignes apposées à plat ou parallèlement à la façade de dimensions trop importantes



Pistes d'amélioration :

- Limiter la densité (le nombre) en façade ;
- Encadrer les formats (hauteurs notamment) ;
- Renforcer les règles d'implantation, pour une meilleure harmonie ;

4.5. D'autres catégories d'enseignes

D'autres enseignes rencontrées de façon limitée

Enseigne en toiture

Enseigne en toiture non conforme à la réglementation nationale



Enseigne perpendiculaire



Pistes d'amélioration :

- Interdire les enseignes en toiture
- ou encadrer les dimensions, et imposer les lettres découpées conformément à la réglementation nationale ;

Pistes d'amélioration :

- Interdire ce type de dispositif ou limiter le nombre (1 par activité) et encadrer le format maximum

4.6. Les enjeux en matière d’affichage aux abords de la D559, route du littoral

Valorisation paysagère de l’entrée de ville principale

En matière de publicités/préenseignes

- **Limiter l’affichage publicitaire aux dispositifs déjà existants (abri-voyageurs) ;**
- **Implanter une signalétique d’information locale pour une meilleur visibilité des activités et pour compenser l’interdiction d’affichage publicitaire scellée au sol imposé par la réglementation nationale ;**

En matière d’enseignes

- Limiter les formats, hauteurs des enseignes scellées au sol notamment pour dédensifier le front de mer ;
- Interdire les enseignes sur oriflammes, peu qualitatives ;
- Encadrer la densité d’enseignes en façade ;
- Veiller à la qualité des enseignes (couleurs, matériaux, luminosité) ;
- Interdire les enseignes en toiture ;
- Interdire les enseignes sur clôture (non aveugle notamment) ou limiter les formats ;

5. Les quartiers résidentiels et autres traversées communales hors agglomérations

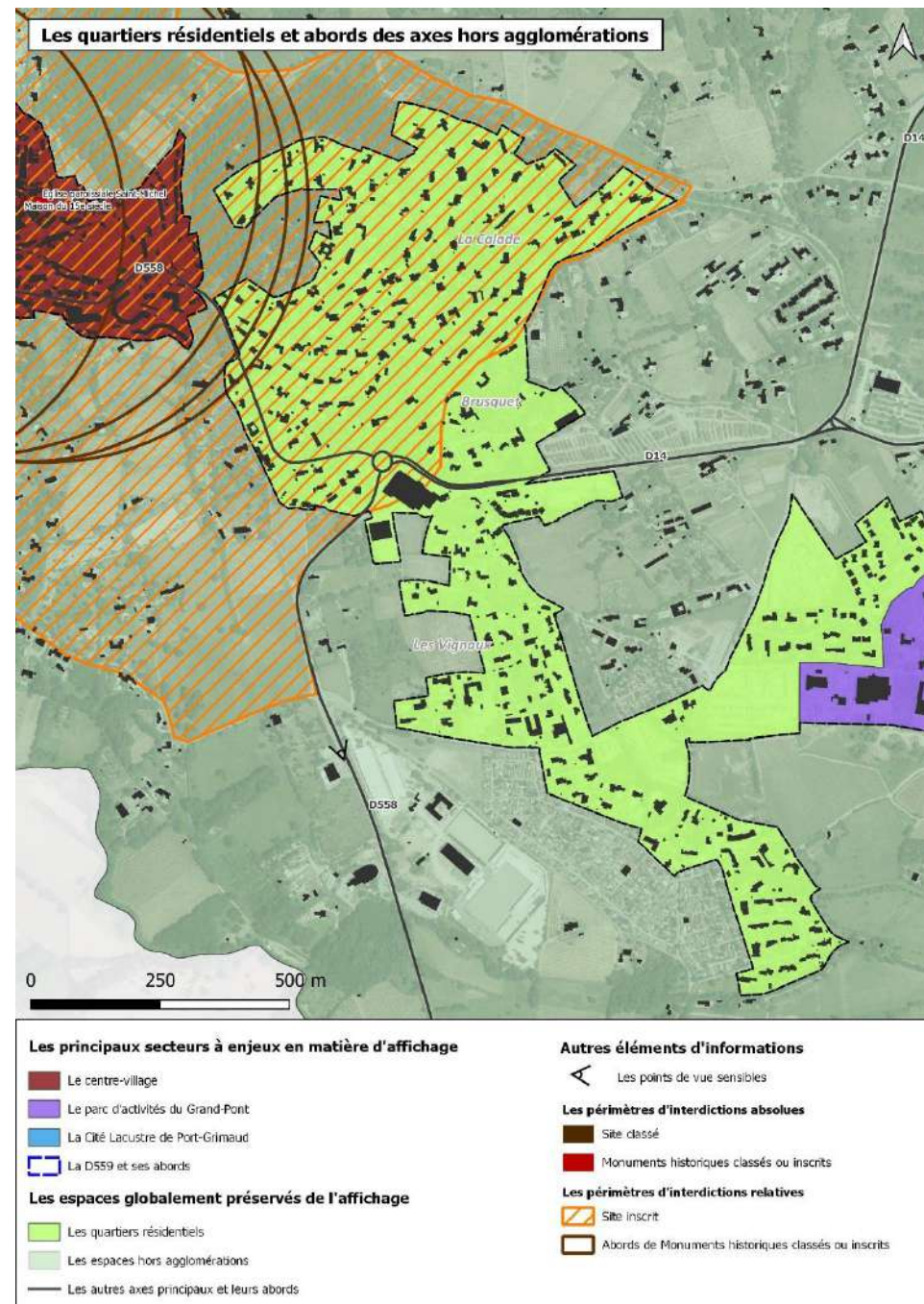
Caractéristiques de la zone :

- Quartiers à vocation résidentielle (Colle du Turc, La Calade, Brusquet, Les Vignaux, Les Cagnignons, Bardasse, Les hautes-muresn Beauvallon, Guerrevieille,...)
- Les axes traversent en majorité des espaces naturels ou agricoles « hors agglomérations » et les abords sont ponctuellement marqués par la présence d'enseignes d'activités ;
- Un cône de vue sensible sur le village depuis la D558



Dispositifs d'affichage présents :

- Absence de dispositifs publicitaires ;
- De enseignes essentiellement :
 - Scellées au sol de grandes dimensions ;
 - Apposées à plat ou parallèlement à la façade de bâtiment ;



5.1. Des enseignes scellées ou apposées au sol

Des enseignes apposées ou scellées au sol, à la qualité hétérogène, qui impactent parfois la qualité du paysage communal



Pistes d'amélioration :

- Encadrer les formats maximums
- Privilégier les formats totem (plus haut que large)
- Interdire ou limiter les enseignes sur oriflammes souvent peu qualitatifs

Chapitre 5 : Synthèse des enjeux

La réglementation nationale de publicité, interdit au sol l'ensemble des dispositifs publicitaires et les préenseignes (sauf dérogatoires) dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Par la simple application de la réglementation nationale la commune de Grimaud est déjà protégée de ce type de dispositif.

Les quelques dispositifs actuellement visibles sur la commune ne présentent donc pas un enjeu pour le RLP puisqu'ils sont voués à être supprimés.

I. Enjeux en matière de publicité

- ***La préservation de la qualité du cadre de vie dans les quartiers d'habitat ;***
- ***Le maintien du potentiel d'affichage publicitaire sur mobilier urbain, outil de promotion touristique et culturelle et de communication auprès des habitants ;***
- ***Le renforcement des règles concernant les possibilités d'affichages de dispositifs muraux tout en encadrant sa densité et son format ;***
- ***Le développement de la signalétique d'information locale (SIL) favorable à la visibilité des activités locales.***

II. Enjeux en matière d'enseigne

- ***La préservation de l'image du centre-ville et le renforcement de son attractivité :***
 - L'amélioration de la qualité de certains dispositifs en façade ;
 - Le maintien d'une densité et de dimensions limitées.
 - Favoriser l'emploi de matériaux nobles et/ou de couleurs s'adaptant au caractère historique ;
- ***La valorisation des abords de la D559 - route du littoral, principal axe de traversé communale :***
 - Encadrer le format des enseignes scellées au sol ;
 - Interdire les dispositifs de type oriflamme, peu qualitatif ;
 - Veiller à la qualité des enseignes en façade, format et implantation
- ***Le développement d'une identité graphique à Port Grimaud :***
 - Encadrer les formats d'enseignes en façades et sur auvents ;
 - Envisager l'emploi de matériaux nobles et/ou de couleurs s'adaptant à l'architecture du lieu, proche de la mer ;
- ***L'attractivité du pôle économique du Grand-Pont :***
 - La lisibilité des acteurs économiques ;
 - Encadrer les formats, l'implantation et la qualité des enseignes scellées au sol et murales ;
 - Limiter voire interdire les enseignes sur clôtures (non aveugles).
- ***La préservation de la qualité du cadre de vie et de l'environnement***

PARTIE 2

ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

I. Les orientations en matière de publicité

La publicité sur la commune de Grimaud est aujourd'hui cadrée par la réglementation nationale. Les possibilités d'affichage publicitaire sont limitées. En effet, le centre-villageois et les quartiers les plus proches sont couverts par plusieurs périmètres de protection (site inscrit et abords de Monument-Historiques) entraînant par application de l'article L581-8 du Code de l'Environnement une interdiction d'affichage publicitaire dans ces périmètres. De plus, l'article R581-31 du Code de l'environnement interdit strictement l'affichage publicitaire apposé ou scellé au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

La commune bénéficie d'un contexte paysager remarquable, composé des vastes espaces naturels du massif des Maures au nord et à l'ouest, d'un littoral et de plages d'exceptions à l'Est (Golf de Saint-Tropez) et de plaines agricoles fertiles au sud, traversée par la Giscle, en limite avec Cogolin. Afin d'entretenir la qualité de ses paysages et de son cadre de vie, la commune souhaite renforcer les règles de son RLP actuel. Dans cette optique, la commune s'engage à :

- **Maintenir l'interdiction d'affichage publicitaire au sein du centre-villageois (couvert par le site inscrit)**



- **Interdire l'affichage publicitaire au sein des quartiers résidentiels et de Port Grimaud**

Pour répondre aux enjeux de qualité du cadre de vie, la commune souhaite préserver ces espaces de l'affichage publicitaire.

Véritables atouts d'attractivité touristique et résidentielle, ces espaces de qualités aujourd'hui exempts de l'affichage publicitaire doivent être préservés.

Seules les préenseignes dérogatoires, liées à la production de produits du terroir pourront être présents dans ces secteurs (hors cônes de vue identifiés).



- **Encadrer les possibilités d'affichage publicitaire le long des routes départementales et entrées de ville principales**

La ville de Grimaud est fortement fréquentée, notamment en période estivale. Pour répondre aux besoins de communication, tout en prenant en considération la protection du cadre de vie, la commune souhaite autoriser des supports d'expression pour promouvoir des manifestations locales (culturelles, sportives...) et renforcer la visibilité des activités économiques et touristiques locales.



➤ **Permettre de façon limitée l’affichage publicitaire (préenseigne) mural au sein des zones d’activités**

Les espaces d’activités de la commune de Grimaud et notamment le Parc d’Activité du Grand Pont, bénéficie de nombreux murs aveugles susceptibles d’accueillir de l’affichage publicitaire et des préenseignes.

Au-delà de la signalétique interne à la zone, la commune souhaite pouvoir laisser la possibilité aux entreprises qui auraient besoin d’être fléchée, car en retrait des principaux axes, de pouvoir disposer de préenseignes complémentaires.

Ainsi, au regard du cadre règlementaire national (seul l’affichage publicitaire mural est autorisé sur la commune), la ville de Grimaud souhaite pouvoir maintenir ce type d’affichage dans les espaces d’activités.

L’impact paysager sera d’autant plus limitée que les espaces d’activités sont éloignées des principales routes départementales et touristiques.



➤ **Améliorer la signalétique d’information locale (S.I.L)**

Afin d’améliorer la visibilité des commerces et activités communales, parfois isolées et ainsi compenser l’interdiction d’afficher des préenseignes au sol induit par l’article R581-31 du code de l’environnement, la commune s’engage à compléter la signalétique d’information locale déjà en place.



II. Les orientations en matière d'enseignes

➤ Maintenir une qualité d'enseignes dans le centre village

Le centre du village dispose d'enseignes de qualité. La commune souhaite conforter les principes engagés centre-historique en renforçant davantage cette tendance visuelle sur les pôles les plus proches.

Ainsi, pour le centre-village, la commune souhaite :

- Limiter le nombre d'enseignes autorisées par activité, notamment en façade ;
- Renforcer la qualité des enseignes en façade en favorisant notamment les enseignes en lettres découpées ou peintes, ainsi que l'emploi de matériaux nobles, en adéquation avec le caractère historique du centre villageois ;
- Préserver les étages de tout dispositif, dès lors que ceux-ci ne reçoivent pas d'activité économique ;
- Interdire les enseignes éclairées autrement que par projection ;

De façon générale, à l'échelle du centre-ville une harmonisation graphique des dispositifs est recherchée.



➤ Encadrer les enseignes dans le Parc d'Activité du Grand Pont et accompagner de façon qualitative le développement de cette zone

La commune compte une vaste zone économique, le Parc d'Activités du Grand-Pont, composé d'un tissu économique dense et varié (industrie de la construction, services, plaisance et nautisme, etc ...). La zone est facilement accessible et notamment par la D61.

La lisibilité des activités et la qualité paysagère de la zone jouent un rôle essentiel dans l'attractivité des entreprises locales et la croissance économique du territoire. Néanmoins, à ce jour, face à la diversité de dispositifs présents, parfois peu qualitatifs ou inadaptés, la zone bénéficie d'un potentiel de valorisation, la commune affiche comme objectifs de :

- **Limiter le format des enseignes scellées au sol ;**



- **Interdire les enseignes sur murs de clôture non aveugles et limiter le nombre et les formats lorsqu'elles sont sur murs de clôture ;**
- **Encadrer la densité et les dimensions des enseignes en façades ;**

- Favoriser la mutualisation des enseignes scellées au sol, lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière ;



Ceci, tout en assurant le maintien de la visibilité des entreprises et des activités locales.

➤ **Réduire l’empreinte visuelle de certaines enseignes sur le reste du territoire communal, notamment aux abords des axes de traversée communale**

Pour répondre à cette orientation, les objectifs affichés sont les suivants :

- Interdire les enseignes scellées au sol dans les cônes de vues remarquables (vers le village, la mer, etc..) ;

- Encadrer les formats des enseignes scellées au sol en valorisant une implantation et des dimensions adaptées au caractère de la zone ;

- Encadrer la densité et les dimensions des enseignes en façades ;

➤ **Interdire les enseignes en toiture**

Au regard des sensibilités paysagères présentes sur son territoire et afin de préserver une identité villageoise de qualité, la commune souhaite interdire l’installation des enseignes en toiture.

➤ **Limiter la pollution lumineuse**

En cohérence avec la politique de développement durable portée par la commune, les élus souhaitent également interdire les enseignes numériques sur l’ensemble du territoire afin de préserver la qualité du cadre de vie nocturne.

De plus, une plage d’extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l’Environnement sera envisagée afin de réduire les atteintes à l’environnement.

PARTIE 3

JUSTIFICATION DES CHOIX

Chapitre 1 : La délimitation des zones du règlement local de publicité

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

5 zones de publicités ont été définies dans ce nouveau RLP :

- Zone de publicité n°1 (ZP1) : **Le village**
- Zone de publicité n°2 (ZP2) : **Port-Grimaud**
- Zone de publicité n°3 (ZP3) : **Les zones d'activités**
- Zone de publicité n°4 (ZP4) : **Les zones résidentielles**
- Zone de publicité n°5 (ZP5) : **Les secteurs hors agglomérations**

I. Le centre-village (ZP1)

Le périmètre de la ZP1 couvre le centre-historique de Grimaud, organisé autour de l'ancien château ainsi que son développement en périphérie immédiate formant le village et correspondant aux zones UA, Ub du PLU en vigueur.

Se concentrent sur ce secteur :

- Des enjeux économiques et d'attractivité : le centre-ville constitue l'un des principal pôle économique et touristique de la commune ;
- Des enjeux de qualité urbaine et de lisibilité des façades. Notamment au regard des enjeux patrimoniaux identifiés (monuments historiques, sites inscrit).

Pour valoriser la qualité de cet espace et la lisibilité des éléments bâtis, des objectifs spécifiques à ce secteur ont été définis :

- Préserver le village de l'affichage publicitaire ;
- Encadrer les enseignes afin d'améliorer la qualité du centre ville et développer une nouvelle identité graphique. Ce secteur est considéré comme celui où la qualité des enseignes doit être la plus encadrée, celle-ci jouant un rôle essentiel dans la perception du centre ville et de son attractivité, sur cet espace touristique majeur de la commune.

II. Port-Grimaud (ZP2)

La cité Lacustre de Port-Grimaud, créée dans les années 1960 témoigne à l'époque d'une attractivité résidentielle, économique et touristique grandissante de la commune dans le contexte du golfe de Saint-Tropez.

Labellisée patrimoine du XXe siècle en 2002, Port Grimaud est un des ports incontournables de la Côte d'Azur. Il est d'ailleurs le plus grand port de plaisance de toute la French Riviera.

Se concentre sur ce secteur :

- Des enjeux d'attractivité touristique puisqu'il le cœur de la cité s'ouvre aux visiteurs curieux de découvrir son aspect historique, son patrimoine architectural ;
- Des enjeux économiques et de visibilité pour les entreprises implantées au sein de Port-Grimaud.
- Des enjeux de qualité urbaine et de lisibilité des façades. Notamment au regard de sa labellisation au patrimoine du XXe siècle.

Une zone spécifique ZP2 a ainsi été définie pour répondre à ces enjeux. Celle-ci correspond à la zone UBpm du PLU en vigueur.

Au même titre que pour le village (ZP1) les objectifs spécifiques de cette zone sont :

- Préserver le cœur de la cité de l'affichage publicitaire ;
- Encadrer les enseignes afin de préserver la qualité de Port-Grimaud, celles-ci jouant un rôle essentiel dans la lisibilité des façades, sa qualité.

III. Les zones d'activités (ZP3)

La ZP3 couvre les différents espaces économiques du territoire (hors centre ville).

Cette zone correspond à deux espaces de la commune :

- La Zone Artisanale du Grand-Pont, localisée au centre du territoire communal et relativement éloigné des autres pôles économiques de la commune. Peu visible des axes départementaux, elle regroupe de nombreuses entreprises artisanales unipersonnelle et des sociétés d'une centaine de personnes. Son périmètre est identique à la zone UE du PLU en vigueur.
- Un autre secteur d'activité a été classé en ZP3. Il correspond aux principales activités commerciales implantées aux abords de la D559.

Le diagnostic a démontré que ces secteurs étaient peu concernés par de l'affichage publicitaire.

Néanmoins, sur ces secteurs se concentrent :

- De nombreuses enseignes en façades, scellées au sol et sur clôture, aux dimensions et à la qualité hétérogène ;

Ainsi, les objectifs spécifiques de ces zones sont :

- De limiter l'affichage de publicité dans ces secteurs de la commune ;
- De valoriser la qualité des enseignes pour une meilleure visibilité des entreprises locales et une attractivité de ces secteurs ;

IV. Les entrées de ville et quartiers pavillonnaires (ZP4)

Les entrées de ville représentent la première image perçue de la commune. Il s'agit principalement des D559, D61, D14 et D558. Le diagnostic réalisé sur le territoire a révélé que ces axes sont faiblement concernés par de l'affichage publicitaire, du fait notamment de la bonne application du RLP en vigueur. Quelques dispositifs présents, scellés au sol, sont déjà non conforme à la réglementation nationale et ont vocation à disparaître. Au-delà des axes identifiés, les quartiers à dominante résidentielle sont globalement bien préservés de l'affichage publicitaire.

Se concentrent sur ces secteurs :

- Des enjeux paysagers par la qualité des espaces de perception des paysages et patrimoine locaux (vues sur les vastes espaces viticoles, sur le grand paysage) ;
- Des enjeux d'attractivité par la qualité de ses entrées de ville ;
- Des enjeux économiques et de visibilité pour les entreprises implantées aux abords de la D559 notamment ou ponctuellement au sein des quartiers pavillonnaires.

Une zone spécifique ZP4 intégrant les quartiers résidentiels de la commune et les entrées de ville a été définie pour répondre à ces enjeux.

Ainsi, les objectifs spécifiques de cette zone sont :

- De limiter fortement l'affichage publicitaire dans ces secteurs de la commune, en dehors du mobilier urbain ;
- De valoriser la qualité des enseignes notamment au sol et en façade ;
- De réduire les formats maximums autorisés pour les enseignes scellées au sol ;

V. Les secteurs hors agglomérations (ZP5)

Elle rassemble l'ensemble des unités foncières situées hors agglomération où la publicité et les préenseignes sont interdites en application des articles L.581-4 et L.581-7 du code de l'environnement.

Rappel :

- « En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. » (Article L581-7 CE).

Chapitre 2 : Choix retenus pour la partie réglementaire

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.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

I. Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

1. Dispositions générales

Interdiction de publicité (article P0.1)

La commune de Grimaud est composée de plusieurs agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elle est également concernée par différents périmètres réglementaires mentionnées par le code de l'environnement (monuments historiques, site classé, site inscrit, etc..) qui induisent une interdiction d'affichage publicitaire. Le règlement du RLP rappelle ainsi dans cet article les différentes interdictions applicables au territoire.

Dérogation à certaines interdictions légales de publicité (article P0.2)

Si la commune souhaite faire perdurer la qualité paysagère du territoire en maintenant les interdictions édictées par le code de l'environnement sur la commune, elle souhaite néanmoins pour des raisons d'affichage événementiel et dans le cadre du RLP, se laisser la possibilité d'implanter du mobilier urbain ponctuellement. Ces derniers pouvant accessoirement accueillir des messages publicitaires.

Ainsi, le règlement indique dans son article P0.2, une dérogation à l'interdiction d'affichage publicitaire dans les périmètres de site inscrit et aux abords des Monuments historiques.

Par exception :

- **La publicité supportée par du mobilier urbain** est admise, conformément aux règles applicables indiquées dans chaque zone ;

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus) ou à la diffusion d'informations municipales. 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. Il apparaît donc indispensable de conserver la possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain sur ces pôles de vie.

- **Les préenseignes temporaires sont** admises conformément aux articles R.581-68 à R.581-71 du code de l'environnement.

Ces dispositifs s'avèrent nécessaires pour signaler des manifestations ou opérations exceptionnelles. Leur installation doit donc rester possible pour la vie du village.

Dimensions des dispositifs (article P0.3)

Afin d'améliorer la compréhension des règles de formats, le règlement précise les dispositions applicables sur ce point suite aux dernières jurisprudences connues à ce sujet et à la récente instruction du Gouvernement relative aux modalités de calcul des formats des publicités (en date du 18 octobre 2019).

Il est donc précisé qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones correspondent au format de l'affiche ajoutée à celle des éléments d'encadrement.

Aspect, habillage et accessoires annexes à la publicité (article P0.4)

Pour assurer la qualité et harmonie des dispositifs publicitaires, le projet de RLP précise un certain nombre de critères d'esthétique à respecter : dispositifs de 2 faces maximum, disposition en « V » interdite, habillage du revers du dispositif lorsqu'il est non exploité, ...

Publicité supportée par du mobilier urbain (article P0.5)

Afin d'améliorer la compréhension des règles applicables aux différents dispositifs, le règlement précise que la publicité supportée par le mobilier urbain est soumise aux dispositions visant expressément la publicité sur mobilier urbain dans chacun des zones.

Même si celle-ci est admise dans différents secteurs de la commune, le RLP rappelle l'interdiction d'y afficher de la publicité numérique, conformément à l'article R.581-42 du code de l'environnement.

Enfin, l'essentiel des abris-bus actuellement implantés étant localisé le long des axes départementaux, le RLP rappelle la nécessité d'effectuer une demande d'autorisation auprès du département avant toute implantation.

Publicité lumineuse (article P0.6)

L'éclairage joue un rôle essentiel dans la perception des espaces publics. En autorisant uniquement la publicité éclairée par projection ou transparence, le RLP vise à interdire les autres types d'éclairage souvent moins qualitatif et très impactant dans le paysage naturel et urbain (néons, leds).

En cohérence avec la politique de développement durable portée par la commune et afin de préserver la qualité du cadre de vie nocturne, des règles d'extinction nocturne sont définies. En effet, si la commune de Grimaud est soumise aux règles d'extinction des publicités lumineuses prévue par le code de l'environnement (article R.581-35), de 1 heure à 6 heures, la commune prévoit au travers de son projet de RLP des horaires d'extinctions plus importants (23h – 7h).

Enfin dans la poursuite de ses objectifs de protection du cadre de vie et suite aux nouveautés législatives (LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets), le projet de RLP détermine des règles applicables aux publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.

Préenseignes dérogatoires (article P0.7)

Les préenseignes dérogatoires sont les seules préenseignes autorisées hors agglomérations. Ces dernières jouent un rôle majeur en matière de visibilité pour les activités viticoles de la commune.

Le RLP procède ainsi à un rappel de la réglementation nationale pour cette catégorie de dispositif, à savoir, les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires ainsi que le nombre de dispositif autorisé par activité.

Préenseignes temporaires (article P0.8)

Le code de l'environnement prévoit un régime particulier pour les dispositifs présentant un caractère temporaire. Les articles R.581-68 à R.581-71 du code de l'environnement distinguent le cas des dispositifs installés pour des durées inférieures à trois mois, de celui des préenseignes installées pour plus de trois mois.

Ces dispositifs s'avérant nécessaires pour signaler des manifestations ou opérations exceptionnelles. Leur installation doit donc rester possible pour la vie du village. Le règlement du RLP rappelle ainsi simplement les règles nationales applicables.

Emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (article P0.9)

Le RLP autorise dans toutes les zones en agglomération les emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Ceci en cohérence avec le Code de l'Environnement qui impose une surface minimale sur chaque commune (article R581-2) et à ce que les emplacements réservés à cet affichage soient 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).

Entretien et dépose (article P0.10)

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 que les délais de remise en état des dispositifs dès lors que ces derniers sont défectueux, la remise en état suite à des dégâts, etc...

Lors de la dépose d'un dispositif, les supports doivent également être démontés.

1. Dispositions particulières applicables aux ZP1 (le village), ZP2 (port-grimaud) et ZP4 (quartiers résidentiels)

Ces trois zones sont concernées à différents titres par des enjeux paysagers, patrimoniaux et de cadre de vie qui nécessitent une attention et une protection renforcée. En effet, le village est couvert par le site inscrit de « Village de Grimaud et ses abords » révélant son caractère patrimonial. Port-Grimaud, classé patrimoine du XXème en 2002, par sa configuration atypique et sa proximité au littoral est un secteur d'attractivité touristique et économique majeur pour la commune. Enfin les quartiers résidentiels, encore à dominante naturel/agricole doivent pouvoir bénéficier à long terme d'un cadre de vie de qualité.

Bien qu'une dérogation à l'interdiction stricte de publicité fixées par l'article L581-8 du code de l'environnement soit envisagée, celle-ci doit rester encadrée afin d'assurer la préservation et la valorisation des paysages de la commune. Il s'agit donc de trouver **un compromis entre les usages existants et l'interdiction stricte de publicité, compromis qui puisse répondre à la fois :**

- Aux enjeux paysagers de la commune, de qualité du cadre de vie et d'attractivité résidentielle et touristique ;
- Aux enjeux de visibilité des activités sur ces pôles de vie de proximité ;

Ainsi, sont réintroduit dans ces zones, à travers le règlement du RLP, uniquement les dispositifs considérés comme jouant un rôle important dans la visibilité des activités locales et la diffusion d'informations municipales, à savoir :

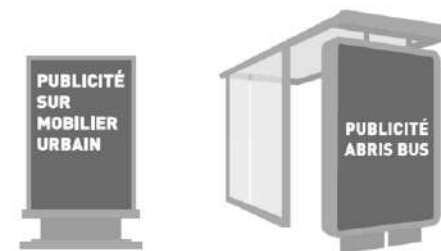
> Les publicités (ou préenseignes) sur mobilier urbain :

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus) ou à la diffusion d'informations municipales. 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. Il apparaît donc indispensable de conserver la possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain sur ces pôles de vie.

Afin de limiter l'impact sur le paysage, la publicité apposée sur ces supports est :

- Interdite en ZP1 (le village)
- Limités à 5 dispositifs maximums cumulés (hors abri-voyageurs) sur les deux autres secteurs ;
- Limitée à 2 m² d'affiche.



2. Dispositions particulières applicables à la ZP3 (les zones économiques)

Au regard de leur éloignement des zones de protection patrimonial (à l'inverse des centralités touristiques que sont le village et Port-Grimaud), l'implantation de dispositifs publicitaires y est ici plus souple du fait de leur impact paysager modéré.

Néanmoins, afin de ne pas surcharger le paysage urbain de ces secteurs aujourd'hui peu concerné par de la publicité mais chargés en matière d'enseignes, la commune a décidé de limiter la densité et le format des publicités, privilégiant ainsi la visibilité des activités locales et la valorisation de la signalétique locale d'activités.

Ainsi, sont autorisées :

> Les publicités (ou préenseignes) sur mobilier urbain :

- Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus) ou à la diffusion d'informations municipales. 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.

> Les publicités (ou préenseignes) apposée sur un mur :

- La publicité scellée ou apposée au sol étant interdite sur l'intégralité du territoire (hors préenseignes dérogatoires), seuls les dispositifs d'affichage muraux sont autorisés sur la commune par le code de l'environnement. Le code de l'environnement autorise par ailleurs leur affichage dans la limite de 4 m² (Article R.581-26), les agglomérations communales comprenant moins de 10 000 habitants.
- L'installation de dispositifs publicitaires sur mur représente un impact moins important dans le paysage local qu'un affichage scellée au sol. En effet, le support étant déjà existant (bâtiment, mur de clôture, etc.), l'affichage publicitaire est souvent mieux intégré.

- Néanmoins, afin de limiter leur emprise sur les murs, le RLP limite l'affichage publicitaire à un dispositif maximum par unité foncière et à un format d'1,5 m² maximum, en cohérence avec le format des préenseignes dérogatoires.

3. Dispositions particulières applicables à la ZP5 (les secteurs hors agglomérations)

Conformément à l'article L.581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité et préenseigne est interdite.

SYNTHÈSE DES DISPOSITIONS DU RÈGLEMENT EN MATIÈRE DE PUBLICITÉS					
Publicités-Pré-enseignes / Zone	Le village	Port Grimaud	Les zones d'activités	Les quartiers résidentiels	Les secteurs hors agglomérations
Catégorie	ZP1	ZP2	ZP3	ZP5	ZP6
Apposée au sol ou scellée au sol	INTERDITE* (R.581-31 du CE)				INTERDITE* (L.581-7 du CE)
Apposée sur un mur	INTERDITE	INTERDITE	1,5 m ²	INTERDITE	
Supportée par du mobilier urbain	INTERDITE	2 m ²			

*INTERDITE PAR APPLICATION DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE (CODE DE L'ENVIRONNEMENT)

II. Dispositions relatives aux enseignes

1. Dispositions générales

L'ensemble des règles imposées dans le règlement vont dans le sens d'une recherche d'harmonisation et de qualité des enseignes. Elles visent à répondre aux objectifs fixés suivants :

- Maintenir une qualité d'enseignes dans le centre village ;
- Encadrer les enseignes dans le Parc d'Activité du Grand Pont et accompagner de façon qualitative le développement de cette zone ;
- Réduire l'empreinte visuelle de certaines enseignes sur le reste du territoire communal, notamment aux abords des axes de traversée communale.

Pour répondre à ces objectifs, le RLP prévoit :

➤ L'interdiction d'enseignes spécifiques (article E0.1)

Le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative. Afin d'éviter l'installation de ceux-ci, le RLP interdit en particulier sur l'ensemble de la commune :

- Les enseignes sur les arbres ;
- Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les enseignes sur les gardes corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur clôture non aveugle ;
- Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur si celui-ci est une clôture ;
- Les enseignes numériques ;
- Les enseignes sur support souple (bâches, banderoles, oriflammes, etc ...) ;
- Les enseignes gonflables (dirigeables, ballons, arches) ;
- Les photographies (illustrant les menus notamment) ;

➤ Des modalités d'intégration architecturale (article E0.2)

Les dispositions générales font référence à un objectif général d'harmonisation des enseignes avec l'aspect des bâtiments sur lesquels elles sont implantées.

Les enseignes étant soumises à autorisation du maire, il est ici précisé que « l'installation d'une enseigne ne doit pas, par sa situation, ses dimensions, son aspect, être de nature à porter atteinte au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ou à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels ou urbains. »

De la même façon, le RLP précise que l'enseigne doit s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade, afin de privilégier son installation au-dessus des ouvertures et leur intégration en largeur.

Enfin, pour promouvoir l'intégration visuelle des enseignes le RLP précise que « le choix des matériaux des enseignes scellées sur façade doit se faire en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées. Les couleurs fluorescentes ou vives sont à proscrire.

➤ Des règles d'extinctions des enseignes (article E0.3)

Le RLP étend la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses afin de répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Cette disposition permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie nocturne.

Le RLP impose également à ce que les enseignes lumineuses soient éclairées par projection, transparence ou lettres rétroéclairées. Il s'agit notamment d'éviter les enseignes types néons, numériques et autres caissons lumineux en privilégiant des enseignes plus qualitatives. Enfin, pour des raisons écologiques, de protection de la trame noire, le RLP impose que l'éclairage d'une enseigne doit se faire du haut vers le bas et ne jamais être dirigé vers le ciel.

Enfin, au regard des possibilités offertes par les évolutions réglementaires récentes (loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite loi Climat & Résilience)), le RLP peut désormais imposer des prescriptions techniques aux publicités lumineuses et enseignes

lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Peu concernée actuellement par les dispositifs lumineux en vitrine, la commune de Grimaud anticipe néanmoins au travers de son RLP l'apparition de ce type de dispositif. Ainsi, le RLP prévoit pour ce type de dispositif l'application des horaires d'extinction définis ci-dessus. Il prévoit également que les dispositifs numériques (de type écran), soit limité à un par activité dans la limite d'1 m² maximum.

➤ **Des règles d'implantation et de format maximum pour les enseignes temporaires (article E0.4)**

Le RPL prévoit dans le règlement et dans chacune des zones, des dispositions spécifiques applicables aux enseignes permanentes pour l'implantation, les dimensions et l'aspect.

Pour limiter l'impact des enseignes temporaires, parfois nécessaires à certaines opérations, le RLP limite l'affichage temporaires aux seules enseignes apposés au sol, scellés au sol ou apposées parallèlement à un mur.

La surface maximum autorisée est de **2 m²** pour les opérations de moins de trois mois à caractère culturel ou touristique et à **4 m²** lorsque l'enseigne signale des travaux publics ou opérations immobilières de lotissement, construction, etc.

En ZP1, une enseigne temporaire portant sur la signalisation d'opération de location, ou de vente d'appartement ou locaux commerciaux ne doit pas excéder **0,5 m²**.

Pour rappel : Les enseignes temporaires scellées au sol ou installées sur le sol sont soumises à autorisation dans un lieu mentionné à l'article L.581-8.

➤ **Entretien et dépose (article E0.5)**

Afin de se prémunir du mauvais entretien des enseignes ou de la non-dépose de celle-ci en cas de cessation d'activité, le RLP rappelle l'article R581-58 du Code de l'Environnement. Ce dernier précise notamment qu'une enseigne doit-être constituée de matériaux durables, qu'elle doit être maintenu en bon état, ou encore qu'elle doive être supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée dans les 3 mois suivants la cessation de l'activité.

Enfin, le RLP rappelle également l'article L.581-44 du code de l'environnement qui indique qu'à défaut d'occupant, un propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur du local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.

2. Dispositions particulières applicables dans la zone ZP1 – le village et ZP2 – Port-Grimaud

Aujourd'hui, le village et la cité de Port-Grimaud présentent une disparité d'enseignes (qualité, format, implantation, choix des matériaux et couleur), parfois peu en adéquation avec l'intérêt patrimonial des lieux.

L'objectif à moyen terme est de promouvoir une qualité visuelle sur ces deux pôles d'attractivités économiques et touristiques. Pour ce faire, le RLP prévoit :

➤ **Une densité d'enseigne encadrée**

La profusion d'enseignes impacte souvent la qualité de perception du paysage urbain et fait perdre de la lisibilité aux différentes informations associées. Afin de libérer l'espace visuel et de conserver une certaine lisibilité des espaces et des façades, le RLP encadre strictement le nombre d'enseignes par activités et par type de dispositif. Un compromis est trouvé entre encadrement et marge de manœuvre laissé aux acteurs économiques pour se signaler.

En ZP1 et ZP2, une activité peut ainsi disposer de 4 enseignes maximum au choix selon :

- 2 enseignes apposées à plat par façade (une principale et une secondaire) ;
- 1 enseigne perpendiculaire ;
- 1 enseigne apposée au sol (porte-menu dans l'emprise d'une terrasse) ;
- Des enseignes sur store ou auvent ;

Les enseignes parallèles au mur de clôture et les enseignes scellée au sol **sont interdites**.

➤ **Des règles de format, d'implantation d'aspect pour chaque catégorie d'enseigne**

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur :

- L'interdiction d'apposer une enseigne sur mur de clôture ;
- Un **format** limité pour les enseignes parallèles à la façade d'une activité :
 - o Hauteur maximum de 35 cm en ZP1 et de 80 cm en ZP2
 - o Largeur limitée à 4m maximum
 - o Une saillie de 5cm
- Des règles d'**implantation** :
 - o L'enseigne ne doit pas dépasser la hauteur du 1er étage ;
- Des règles d'**aspect** :
 - o Sont imposées les lettres découpées lorsqu'un mur est composé de pierres sèches ;
 - o Les lettrages et signes composant l'enseigne doivent
 - Soit être en lettres découpées et fixés directement sur la façade ;
 - Soit être peintes directement sur la façade ;
 - Soit être fixés sur un support rectangulaire de couleur unie.

Pour les enseignes perpendiculaires à un mur :

- Un **format** limité pour les enseignes perpendiculaire à la façade d'une activité :
 - o Hauteur maximum de 50cm
 - o Une saillie maximale de 0,80m
- Des règles d'**implantation** :
 - o L'enseigne ne doit pas être installée devant une fenêtre, un balcon ni au dessus d'une ouverture ;
 - o L'enseigne ne doit pas dépasser la hauteur du 1er étage, ni être implantée à moins de 2,50m du sol ;
- Des règles d'**aspect** :
 - o En ZP1, les enseignes doivent être de type suspension et être non lumineuses.

Pour les enseignes apposées au sol :

Les enseignes apposées directement sur le sol, nécessaires à diverses activités, en particulier les restaurants (affichage de menus, ...), sont autorisées sur le domaine privé et sur le domaine public sous réserve de disposer d'une autorisation. Toutefois, afin d'éviter

une « surcharge » visuelle et un « encombrement » des rues du centre, ces dispositifs sont strictement encadrés :

- Ils sont limités à **un seul dispositif** par activité, le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique ;
- Le **format** est limité à 1 m² par face.
- Leur implantation doit être située à moins de 5 mètres autour du bâtiment d'activités et le dispositif doit être remis chaque jour dès la fermeture.

Pour les enseignes sur store-banne :

- Ces enseignes jouent elles aussi un rôle sur la lisibilité du bâti et la qualité des rues. Afin de limiter leur emprise visuelle, leur implantation est limitée au tombant du store dans la limite de 20 cm.

Pour les enseignes sur auvent :

- Ces enseignes jouent elles aussi un rôle sur la lisibilité du bâti et la qualité des rues. Afin de limiter leur emprise visuelle, leur implantation est privilégiée sur le tombant de l'auvent et non au dessus de celui-ci. La hauteur des lettrages de l'enseigne ne doit pas excéder 0,50 cm.

3. Dispositions particulières applicables à la zone ZP3 – les zones d'activités

Ces zones se caractérisent par :

- Leur vocation essentiellement économique ;
- L'absence de protection et d'intérêt patrimonial ;
- Leur fréquentation ;
- Des bâtiments diversifiés en termes de surface de devanture commerciale.

Ainsi, le RLP prévoit des règles particulières en ZP3 :

➤ Une densité d'enseigne encadrée

La profusion d'enseignes impacte souvent la qualité de perception du paysage urbain et fait perdre de la lisibilité aux différentes informations associées.

Afin de libérer l'espace visuel et de conserver une certaine lisibilité des espaces et des façades, le RLP encadre strictement le nombre d'enseignes par activités et par type de dispositif. Un compromis est trouvé entre encadrement et marge de manœuvre laissé aux acteurs économiques pour se signaler.

En ZP3, une activité peut disposer de 4 enseignes maximum au choix selon :

- 2 enseigne apposée à plat par façade ;
- 1 enseigne perpendiculaire ;
- 1 enseigne scellée au sol (si en retrait de plus de 4m de la voie publique) ;
- 1 enseigne apposée au sol (chevalet) ;
- Des enseignes sur store ou auvent ;
- 1 enseigne parallèle au mur de clôture ;
- 1 enseigne scellée au sol

Plusieurs outils complémentaires aux dispositions générales sont donc utilisés.

➤ Des règles de format, d'implantation d'aspect pour chaque catégorie d'enseigne

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de bâtiment :

- Une **surface** limitée pour les enseignes parallèles à la façade d'une activité :
 - Façades inférieures à 50m² : les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de bâtiment ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 25 % de la façade dans la limite de 8m² maximum ;
 - Façades comprises entre 50m² et 200m² : les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de bâtiment ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la façade dans la limite de 12m² maximum ;
 - Façades supérieures à 200m² : les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de bâtiment ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la façade dans la limite de 20m² maximum ;
- Une **hauteur** limitée à 2 mètres maximum
 - Lorsqu'un bâtiment est partagé par plusieurs activités et lorsque les enseignes sont visibles simultanément, la hauteur des enseignes d'activités doit être identique, sauf en cas d'impossibilité technique justifiée.
- Une **largeur** limitée à 6 mètres maximum
- Des règles d'**implantation** :
 - L'enseigne ne doit pas dépasser la hauteur du rez-de-chaussée du mur qui le supporte sauf lorsque l'activité occupe l'ensemble du bâtiment), afin de protéger les étages ;
- Des règles d'**aspect** :
 - Une homogénéité dans les matériaux utilisés ;

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de clôture :

En ZP3, le RLP offre un peu plus de souplesse aux enseignes sur clôture aveugle en les autorisant dans la limite d'un dispositif maximum par activité et dans la limite d'1m².

Pour les enseignes perpendiculaires à un mur :

- Un **format** limité pour les enseignes perpendiculaire à la façade d'une activité :
 - o Hauteur maximum de 50cm
 - o Une saillie maximale de 0,80m
- Des règles d'**implantation** :
 - o L'enseigne ne doit pas être fixée sur des éléments d'architecture de façade (balcons, corniches, grilles, gardes-corps et volets) ;
 - o L'enseigne ne doit pas dépasser la hauteur du rez-de-chaussée du mur qui la supporte, ni être implantée à moins de 2,50m du sol (2,80m lorsqu'elle surplombe le domaine public routier départemental) ;
- Des règles d'**aspect** :
 - o L'enseigne doit s'inscrire sur un fond de couleur uni.

Pour les enseignes scellées au sol :

- Un **format** limité pour les enseignes scellé au sol :
 - o En ZP3, la **surface** maximale autorisée est de **4m²** par face (contre 6m² autorisé par le code de l'environnement). Ce format apparaît suffisamment adapté au contexte de la commune. Lorsqu'une unité foncière est partagée par plusieurs activités, les enseignes doivent être regroupées sur un dispositif mutualisé, ce dernier peut atteindre **6m²** s'il regroupe plus de 4 activités.
 - o La **hauteur** maximum est limitée à **6 mètres** ;
- Des règles d'**implantation** :
 - o L'enseigne scellée au sol n'est autorisée que lorsque le bâtiment d'activité est implanté en recul de plus de 4 mètres du domaine public bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée ou lorsqu'il est démontré que la façade d'établissement n'est pas visible de la voie publique ; Cette règle vise à limiter l'utilisation de cette catégorie de dispositif qui surcharge le paysage urbain et notamment lorsque son rôle est superflu.

- Des règles d'**aspect** :

- o Pour limiter l'impact des enseignes scellées au sol, qui peuvent s'apparenter parfois par leur format à un dispositif publicitaire, le RLP privilégie un format plus haut que large (de type Totem).

Pour les enseignes apposées au sol :

Les enseignes apposées directement sur le sol, nécessaires à diverses activités, en particulier les restaurants (affichage de menus, ...), sont autorisées sur le domaine privé et sur le domaine public sous réserve de disposer d'une autorisation. Toutefois, afin d'éviter une « surcharge » visuelle et un « encombrement » des rues du centre, ces dispositifs sont strictement encadrés :

- Ils sont limités à **un seul dispositif** par activité, le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique ;
- Le **format** est limité à 1 m² par face.
- Leur implantation doit être située à moins de 5 mètres de l'entrée principale de l'activité.

Pour les enseignes sur store-banne :

- Ces enseignes jouent elles aussi un rôle sur la lisibilité du bâti et la qualité des rues. Afin de limiter leur emprise visuelle, leur implantation est limitée au tombant du store dans la limite de 30 cm.

Pour les enseignes sur auvent :

- Ces enseignes jouent elles aussi un rôle sur la lisibilité du bâti et la qualité des rues. La hauteur des lettrages de l'enseigne ne doit pas excéder 0,70 cm.

4. Dispositions particulières applicables aux zones ZP4 et ZP5

Les quartiers à dominante résidentielle et les espaces hors agglomérations sont occupés par un certain nombre d'activités, souvent localisés aux abords des axes départementaux. L'objectif est de réduire certains formats d'enseignes, parfois trop imposants afin de valoriser les traversées communales et de préserver le cadre de vie des habitants.

Pour ce faire, le RLP prévoit des règles relativement intermédiaires entre les espaces patrimoniaux (ZP1 et ZP2) et les espaces d'activités (ZP3).

➤ Une densité d'enseigne encadrée

La profusion d'enseignes implantées le long des axes départementaux impacte souvent la qualité des entrées du territoire et banalise les paysages traversés. De plus ce cumul d'information ne contribue pas forcément à la bonne visibilité des différentes activités associées.

Afin de libérer l'espace visuel et de conserver une certaine lisibilité des espaces et des façades, le RLP encadre là encore le nombre d'enseignes par activités et par type de dispositif. Un compromis est trouvé entre encadrement et marge de manœuvre laissé aux acteurs économiques pour se signaler.

Comme pour les autres zones, en ZP4 et ZP5, une activité peut disposer de 4 enseignes maximum au choix selon :

- 2 enseigne apposée à plat par façade ;
- 1 enseigne perpendiculaire ;
- 1 enseigne scellée au sol (si en retrait de plus de 4m de la voie publique) ;
- 1 enseigne apposée au sol (chevalet) ;
- Des enseignes sur store ou auvent ;
- 1 enseigne parallèle au mur de clôture ;
- 1 enseigne scellée au sol

Plusieurs outils complémentaires aux dispositions générales sont donc utilisés.

➤ Des règles de format, d'implantation d'aspect pour chaque catégorie d'enseigne

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur :

- Un **format** limité pour les enseignes parallèles à la façade d'une activité :
 - Hauteur maximum de 80cm
 - Largeur limitée à 4m
 - Une saillie de 25cm
- Des règles d'**implantation** :
 - L'enseigne ne doit pas dépasser la hauteur du 1er étage ;
- Des règles d'**aspect** :
 - Sont imposées les lettres découpées lorsqu'un mur est composé de pierres sèches ;
 - Les lettrages et signes composant l'enseigne doivent :
 - Soit être en lettres découpées et fixés directement sur la façade ;
 - Soit être fixés sur un support rectangulaire de couleur unie.

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de clôture :

En ZP4 et ZP5, le RLP offre un peu plus de souplesse aux enseignes sur clôture aveugle en les autorisant dans la limite d'un dispositif maximum par activité et dans la limite de 4 m². Dans ce cas les enseignes doivent obligatoirement être en lettres découpées.

Pour les enseignes perpendiculaires à un mur :

- Un **format** limité pour les enseignes perpendiculaire à la façade d'une activité :
 - Hauteur maximum de 50cm
 - Une saillie maximale de 0,80m
- Des règles d'**implantation** :
 - L'enseigne ne doit pas être fixée sur des éléments d'architecture de façade (balcons, corniches, grilles, gardes-corps et volets) ;
 - L'enseigne ne doit pas dépasser la hauteur du rez-de-chaussée du mur qui la supporte, ni être implantée à moins de 2,50m du sol ;
- Des règles d'**aspect** :
 - L'enseigne doit s'inscrire sur un fond de couleur uni.

Pour les enseignes scellées au sol :

- Un **format** limité pour les enseignes scellé au sol :
 - o Surface maximale de **4m²** par face (contre 6m² autorisé par le code de l'environnement). Ce format apparait plus adapté au contexte de la commune.
 - o Hauteur maximum de **4 mètres** ;
- Des règles d'**implantation** :
 - o L'enseigne scellée au sol n'est autorisée que lorsque le bâtiment d'activité est implanté en recul de plus de 4 mètres du domaine public bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
- Des règles d'**aspect** :
 - o Pour limiter l'impact des enseignes scellées au sol, qui peuvent s'apparenter parfois par leur format à un dispositif publicitaire, le RLP préconise un format plus haut que large (de type Totem) et monopied.

Pour les enseignes apposées au sol :

Les enseignes apposées directement sur le sol, nécessaires à diverses activités, en particulier les restaurants (affichage de menus, ...), sont autorisées sur le domaine privé et sur le domaine public sous réserve de disposer d'une autorisation. Toutefois, afin d'éviter une « surcharge » visuelle et un « encombrement » des rues, ces dispositifs sont strictement encadrés :

- Ils sont limités à un seul dispositif par activité, le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique ;
- Le **format** est limité à 1 m² par face.
 - o Seuls les formats de porte-menu, type chevalet sont autorisés, les enseignes sur oriflammes sont interdites.

Pour les enseignes sur store-banne :

- Ces enseignes jouent elles aussi un rôle sur la lisibilité du bâti et la qualité des rues. Afin de limiter leur emprise visuelle, leur implantation est limitée au tombant du store dans la limite de 20 cm.

Pour les enseignes sur auvent :

- Ces enseignes jouent elles aussi un rôle sur la lisibilité du bâti et la qualité des rues. La hauteur des lettrages de l'enseigne ne doit pas excéder 0,70 cm.

SYNTHESE DES PRINCIPALES DISPOSITIONS DU RÈGLEMENT EN MATIÈRE D'ENSEIGNES							
Enseigne / Zone			Le village	Port Grimaud	Les zones d'activités	Les quartiers résidentiels	Les secteurs hors agglomérations
Catégorie d'enseigne	Règles		ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	ZP5
	Densité globale (Nombre d'enseigne totale autorisée par côté d'activité)		4				
Enseigne sur les arbres (1), sur toiture (2), sur balcon (3), sur clôture non aveugle (4), perpendiculaire à un mur de clôture (5) numérique(6), sur support souple (7), gonflables (8), photographies (9)			INTERDITE				
Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	De bâtiment	Densité (nombre)	2 maximum par façade (1 Enseigne principale + 1 Enseigne secondaire)		3 maximum par façade	2 maximum par façade (1 Enseigne principale + 1 Enseigne secondaire)	
		Surface maximum des enseignes en façades	Code de l'environnement (article R581-63) <i>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.</i>		• Façades < 50m² = 25% dans la limite de 8m² • Façades comprises entre 50 m² et 200 m² = 15% dans la limite de 12m² • Façades supérieures à 200m² = 15% dans la limite de 20 m²	Code de l'environnement (article R581-63) <i>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.</i>	
		Hauteur maximum de l'enseigne principale	0,35 m	0,80 m	2 m	0,80 m	
		Largeur maximum de l'enseigne principale	4 m		6 m	4 m	
		Surface maximum de l'enseigne secondaire	0,50 m²		-	0,50 m²	
		Saillie des Enseignes	0,05 m		0,25 m	0,25 m	
		Aspect	Lettres découpées imposées uniquement si mur en pierres		Lettres découpées ou composée d'un support rectangulaire de couleur uni	Lettres découpées imposées uniquement si mur en pierres	
	De clôture aveugle (mur plein, palissade)	Densité (nombre)	INTERDITE		1 par activité	1 par activité	
		Dimension			1 m² max	4 m² max	
		Saillie			5 cm	5 cm	
		Aspect			Sans objet	Lettres découpées	
	Enseigne apposée perpendiculairement à un mur de façade		Densité (nombre)	1 par façade d'activité			
Hauteur minimale par rapport au sol d'une enseigne en rez-de-Chaussée			2,50 m (2,80 m si elle est en surplomb du domaine public routier départemental)				
Hauteur maximum de l'enseigne			0,50 m				
Saillie maximale			0,80 m (la règle nationale du 1/10 ^{ème} reste applicable pour les voies de moins de 8 m de large)				
Enseigne apposée au sol		Nombre	1				
		Surface	1 m²				
		Obligatoirement de type porte menu, chevalet, simple ou double face apposées dos à dos. Tout autre dispositif, format est interdit.					
Enseigne scellée au sol		Nombre	INTERDITE		Une seule enseigne scellée au sol est autorisée par activité (sous réserve que le bâtiment d'activité soit implanté en recul de plus de 4 mètres du domaine public bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée). Lorsqu'une unité foncière est partagée par plusieurs activités, les enseignes doivent être regroupées sur un dispositif mutualisé.		
		Dimension			4 m² (6 m² autorisée si enseigne mutualisée)	4 m²	
		Hauteur			6 m	4 m	
		Aspect			Sont privilégiées les enseignes scellées au sol plus hautes que large (totem)		