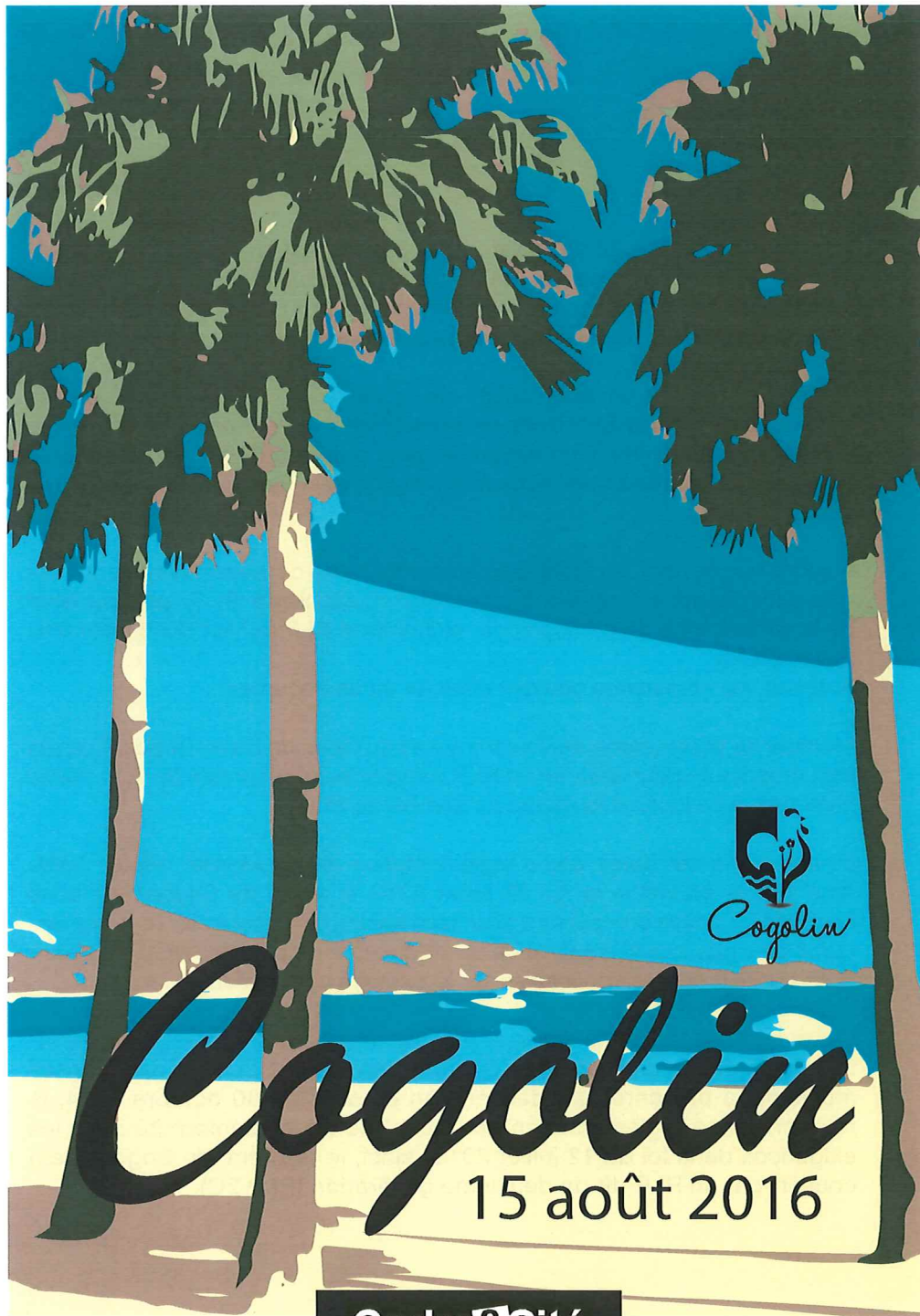


RAPPORT DE PRÉSENTATION

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ



Cadre&Cité

INTRODUCTION

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une refonte du droit de la publicité extérieure se mesurant notamment à l'occasion de l'institution par les communes ou leurs groupements d'un règlement local de publicité (RLP).

Le RLP, document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles du RNP.

Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi).

A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document.

Membre de la communauté de communes du Golfe de Saint-Tropez, Cogolin est compétente pour élaborer un RLP puisque la communauté de communes n'est pas, à ce jour, compétente en matière de PLU.

La commune est dotée d'une réglementation de la publicité depuis 1994. Ainsi que le prévoit la loi du 12 juillet 2010, le maire de Cogolin est donc l'autorité de police compétente pour faire appliquer et respecter la réglementation en vigueur qu'il s'agisse de son règlement de publicité ou les dispositions du RNP encore applicables sur le territoire communal.

Les évolutions tant législatives et réglementaires, qu'urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune ont conduit son conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 30 octobre 2014, la révision de sa réglementation afin de la mettre en conformité avec les exigences de la loi du 12 juillet 2010. Ainsi, le territoire de Cogolin sera couvert par un RLP dit de deuxième génération (RLP 2G).

Le décret d'application du 30 janvier 2012 indique qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- un règlement et ses documents graphiques ;
- des annexes (arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).

Il est précisé que le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

A cette fin, le présent document constitue le premier état du rapport de présentation. Il présente le contexte propre à Cogolin, rappelle la réglementation en vigueur, établit un diagnostic de la publicité et des enseignes sur le territoire communal et suggère les premières préconisations.

SOMMAIRE

PARTIE I : LA COMMUNE.	.6
• • SITUATION ADMINISTRATIVE	10
• • POPULATION	10
• • RÉSEAU ROUTIER	10
• • PATRIMOINE ET SERVITUDES	11
• • COMMERCE, ARTISANAT ET AUTRES ACTIVITÉS	11
PARTIE II : LA REGLEMENTATION APPLICABLE A COGOLIN.	.14
EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ	15
EN MATIÈRE D'ENSEIGNE	16
DÉFINITIONS	17
• • CONSTITUE UNE PUBLICITÉ	17
• • CONSTITUE UNE ENSEIGNE	18
• • CONSTITUE UNE PRÉENSEIGNE	20
PARTIE III : LE REGLEMENT EN VIGUEUR.	.22
PARTIE IV : LA PROCEDURE D'ELABORATION DU RLP.	.25
• • LE RAPPORT DE PRÉSENTATION	29
• • LA PARTIE RÉGLEMENTAIRE	29
• • LES ANNEXES	29
PARTIE V : LES OBJECTIFS FIXES PAR LA VILLE.	.30

PARTIE VI : LE DIAGNOSTIC.	.32
LA QUESTION DES LIMITES D'AGGLOMÉRATION	34
A LE CADRE RÉGLEMENTAIRE	34
B LA SITUATION DE COGOLIN	34
 SITUATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE À COGOLIN	 37
A LES PUBLICITÉS	37
B LE MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE	40
C LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES	42
D LE FLÉCHAGE ET LES PUBLICITÉS « SAUVAGES »	43
E LES PUBLICITÉS NUMÉRIQUES	45
F LES ENSEIGNES HORS CENTRE-VILLE	46
G LES ENSEIGNES DU CENTRE-VILLE	51
H LES ENSEIGNES NUMÉRIQUES	55
I LES ENSEIGNES TEMPORAIRES	56
 PARTIE VII : PRECONISATIONS.	 .58
PRÉCONISATIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ	59
PRÉCONISATIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNES	60
 PARTIE VIII : EXPLICATION DES CHOIX.	 .61
LES RÈGLES GÉNÉRALES	62
QUATRE ZONES SONT ÉTABLIES SUR LA COMMUNE	63

PARTIE I LA COMMUNE

La commune de Cogolin, située dans le département du Var, recouvre 2800 hectares et s'insère entre le massif des Maures et la mer, au fond du golfe de Saint-Tropez. Sa situation entre terre et mer est privilégiée, au sein d'une contrée de renommée mondiale.

Le territoire communal est limité par une façade littorale, enserrée entre les communes de Grimaud et Gassin, où se concentrent les activités et structures d'hébergement touristiques et les collines de l'arrière-pays, où les contreforts des Maures forment un arrière-plan paysager.

Le vieux village est implanté sur léger promontoire dominant la plaine agricole. Il se compose de ruelles étroites et sinueuses. Les voies sont plus larges dans la partie basse du village. Sur le modèle des villages provençaux, l'architecture est caractérisée par les façades colorées, les génoises, les volets persiennes. De nombreuses maisons de village, et divers édifices (églises et chapelles, tour de l'horloge...) constituant le patrimoine architectural sont de bonne qualité et bien valorisés.

L'ARRIVÉE À COGOLIN VENANT DE GRIMAUD (D558)



**LES FAÇADES COLORÉES, LES GÉNOISES, LES VOILETS
PERSIENNES CARACTÉRISTIQUES DE L'ARCHITECTURE
PROVENÇALE**



UNE RUELLA AU CŒUR DU VILLAGE



L'urbanisation s'est étendue en contrebas de l'ancien village, en direction du plateau du Carry, du massif des Maures et plus récemment vers la Giscle, la RD 98 et le sud-ouest, en direction des espaces forestiers et viticoles.

La présence d'un centre commercial important (hypermarché Leclerc) à proximité immédiate du centre-ville est propre à Cogolin.

**L'HYPERMARCHÉ PROCHE DU CENTRE-VILLE PRÉSENTE
UNE HAUTEUR RAISONNABLE, LES ENSEIGNES SONT
SOBRES, LE PARKING EST LARGEMENT VÉGÉTALISÉ.**



La façade maritime, partagée avec Gassin et Grimaud est en discontinuité du centre-ville : l'urbanisation est nettement coupée entre le village est Cogolin-Plage.

La station balnéaire est apparue à la fin des années 1960, son développement s'est poursuivi jusqu'aux années 1990. Les Marines de Cogolin abritent un port, des résidences et une plage. Le port a été construit en 1968 sur d'anciens marais.

La façade littorale de Gassin à Grimaud est totalement urbanisée, et les limites administratives des communes sont imperceptibles.



Le reste du territoire communal présente une alternance de plaine entourées de collines verdoyantes, créant des paysages variés (vignes, bois) allant jusqu'à la mer, laquelle n'est visible qu'au dernier moment.

SORTIE DE COGOLIN EN DIRECTION DE TOULON (D98)



• • **SITUATION ADMINISTRATIVE**

Cogolin dépend du canton de Sainte-Maxime et appartient à la communauté de communes du Golfe de Saint-Tropez.

Cogolin s'inscrit dans le périmètre du SCoT du golfe de Saint-Tropez, comprenant douze communes : Cogolin, la Garde-Freinet, Grimaud, Plan de la Tour, Sainte-Maxime, Cavalaire, La Croix Valmer, Gassin, La Mole, Ramatuelle, le Rayol Canadel et Saint-Tropez.

• • **POPULATION**

La population est forte de 11 186 habitants (recensement 2012). Elle va croître dans les prochaines années. Elle se répartit sur deux zones agglomérées : le bourg, qui regroupe environ 10 500 habitants et Cogolin-Plage.

• • **RÉSEAU ROUTIER**

La route départementale (RD) 98 ainsi que, dans une moindre mesure, les RD48 et RD558 sont caractérisées par une forte circulation, proche de la saturation de juin à septembre.

La RD 98 unique itinéraire littoral, concentre tous les déplacements : transports individuels et collectifs sous toutes leurs formes, véhicules utilitaires comme engins de chantier. Sa fréquentation entraîne la multiplication des implantations commerciales plus ou moins officielles ; elle est propice aux annonces publicitaires, elles aussi dans des conditions de légalité diverses.

• • PATRIMOINE ET SERVITUDES

A la différence d'autres communes voisines, le territoire communal n'est pas classé en site inscrit, et n'est pas concerné au titre des monuments historiques classés ou inscrits. Un site classé (6 octobre 1925) existe au nord-est de la commune à Cogolin-Plage. Ce site concerne deux groupes de pins aujourd'hui disparus, mais dont la protection demeure.

Toutefois la zone urbaine mérite une attention particulière. Outre le village, qui recèle de nombreux éléments intéressants (ruelles, placettes, passages voutés...), sont à noter les vestiges d'un château du XVI^{ème} siècle, la chapelle Saint-Roch, l'église Saint-Sauveur, le château Cuers-Cogolin...

Il existe un important patrimoine architectural en milieu rural, où la publicité est interdite.

• • COMMERCE, ARTISANAT ET AUTRES ACTIVITÉS

Les commerces et l'artisanat sont nombreux et dynamiques en centre-ville et constituent un pôle commercial majoritairement ouvert à l'année. Plusieurs marchés provençaux sont regroupés dans le centre-ville.

Une longue expérience des métiers de l'artisanat et d'exploitation des ressources naturelles a permis le maintien d'activités traditionnelles : fabrication de pipes, d'anches, de tapis, sériciculture, exploitation des chênes-lièges.



Trois zones d'activités sont localisées en bordure des axes principaux :

- la zone d'activité de Saint-Maur sur la RD48 est essentiellement tournée vers l'artisanat et les activités navales ;
- les zones d'activités de Font-Mourier et de Valensole regroupent des activités commerciales dont une forte partie liée à l'automobile (Valensole). Elles sont séparées de la voie principale (RD98) par une contre-allée, mais ce qui apparaît est peu valorisant dans le paysage.

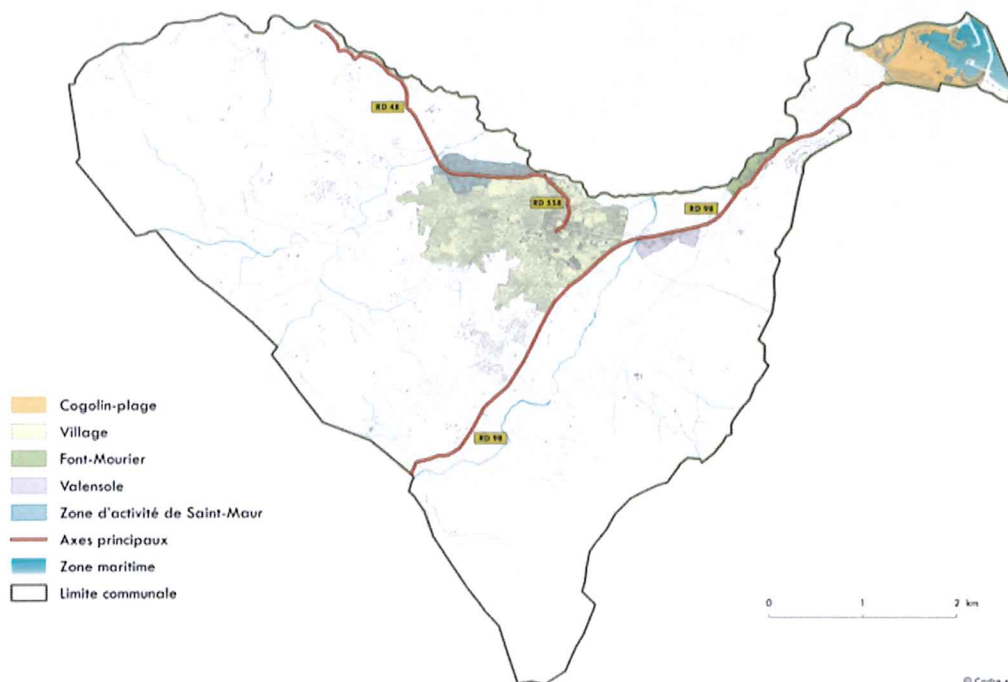
Commerces de proximité, marchés, artisanat, grande surface et commerces qui l'entourent, zones commerciales, toutes ces activités font de Cogolin un centre très attractif.

LA RÉGION VIT DE SON IMAGE RECONNUE INTERNATIONALEMENT. LA VILLE DE COGOLIN EST UN FLEURON RÉGIONAL. LA PUBLICITÉ, LA SIGNALISATION DES ACTIVITÉS, LES ENSEIGNES, POUR NÉCESSAIRES QU'ELLES SOIENT AFIN DE SOUTENIR LE DYNAMISME ÉCONOMIQUE, DOIVENT ENTRER DANS LE DOMAINE DU QUALITATIF.

L'ENSEMBLE DES CARACTÉRISTIQUES QUI DONNENT SA PERSONNALITÉ À COGOLIN SONT AUTANT D'ENJEUX EN MATIÈRE DE PROTECTION DU CADRE DE VIE :

- UN VILLAGE AU CHARME PROVENÇAL ;
- UNE FAÇADE MARITIME ;
- UNE SITUATION DANS UN SITE PRESTIGIEUX.

L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE, SPÉCIALEMENT COMMERCIALE, EST INTENSE ET CAPITALE POUR LA VILLE. ELLE CONSTITUE ÉGALEMENT UN ENJEU POUR COGOLIN ET DOIT ÊTRE ENCOURAGÉE. DANS L'ESPRIT DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT, LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE, AUSSI RÉGLEMENTÉE QU'ELLE SOIT, DOIT PERMETTRE LA BONNE SIGNALISATION ET L'EXPRESSION DES ENTREPRISES.





PARTIE II LA REGLEMENTATION APPLICABLE A COGOLIN

Les règles figurant dans un RLP doivent être plus restrictives que celles du RNP. Il est donc nécessaire de connaître les règles du RNP applicables à Cogolin. Cette analyse doit être complétée par la connaissance des dispositions issues du règlement de publicité en vigueur. Il conviendra d'évoquer la question des limites d'agglomération.

EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

La notion « géographique » d'agglomération doit être distinguée de la notion « démographique » d'agglomération. En effet, comme le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée, les modalités de décompte de la population s'avèrent importantes.

Au vu de sa population et indépendamment des dispositions figurant dans son règlement de publicité, le bourg de Cogolin est soumis au régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ainsi, pour le RNP, il peut accueillir la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, ainsi que des publicités murales, toutes d'une superficie maximale de 12 m². Il peut également accueillir de la publicité lumineuse y compris numérique d'une superficie maximale de 8 m² sous réserve toutefois que le maire autorise, au cas par cas, son implantation.

La publicité supportée par du mobilier urbain est également admise avec une superficie maximale de 12 m². Il en va de même pour la publicité sur bâche, qu'elle soit installée sur des bâches de chantier ou non.

Cogolin-Plage et Font-Mourier, zones agglomérées, sont en revanche soumises aux règles des agglomérations de moins de 10 000 habitants. La publicité scellée au sol est interdite et la surface des publicités sur les murs ne peut excéder 4 m².

La règle nationale d'extinction nocturne de la publicité lumineuse (de 1 h à 6 h) est applicable sur la commune.

LA DISTINCTION ENTRE LE VILLAGE, DONT LA POPULATION EXCÈDE 10 000 HABITANTS, ET LES DEUX AUTRES ZONES AGGLOMÉRÉES EST UN ÉLÉMENT MAJEUR DE LA RÉGLEMENTATION.

EN MATIÈRE D'ENSEIGNE

La seule règle applicable aux enseignes tenant compte de l'importance de la population de l'agglomération concerne les enseignes scellées au sol dont le nombre n'est pas limité et qui peuvent actuellement¹ atteindre une superficie de 16 m² dans le bourg.

Tous les autres types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de haut avec une superficie maximale de 60 m².

La superficie cumulée des enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser 15 % de la superficie de la dite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m².

¹ Le RNP, modifié par le décret 2012-118 du 30 janvier 2012, est applicable aux nouvelles enseignes. Il limite le nombre d'enseignes scellées au sol à une par voie bordant l'établissement et à une surface de 12 m². L'ensemble des autres enseignes devra s'y conformer au plus tard le 1er juillet 2018.

DÉFINITIONS

• • CONSTITUE UNE PUBLICITÉ

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité.

Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.



UNE PUBLICITÉ SCÉLÉE AU SOL, DE 12 M²

- • **CONSTITUE UNE ENSEIGNE**

« toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3 du code de l'environnement).

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

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes en toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;



DES ENSEIGNES MURALES PARALLÈLES AU MUR

UNE ENSEIGNE MURALE PERPENDICULAIRE AU MUR



MÂT, DRAPEAUX SONT DES ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL



UNE ENSEIGNE EN TOITURE (ILLÉGALE, CAR
APPOSÉE SUR UN BANDEAU DE FOND PLEIN)



- • **CONSTITUE UNE PRÉENSEIGNE**

« toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Préenseignes et enseignes présentent de grandes similitudes en ce qu'elles ont pour objet de signaler une activité. Mais elles se distinguent par le fait que l'enseigne est implantée sur le lieu même de l'activité signalée, alors que la préenseigne est localisée plus loin, sur une autre unité foncière, et informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Un RLP ne pourra donc prévoir des dispositions particulières les concernant.



Toutefois, parmi les préenseignes, le législateur a identifié des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité.

En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.

UNE PRÉENSEIGNE EN RELATION AVEC LA FABRICATION OU LA VENTE DE PRODUITS DU TERROIR, MAIS DONT LE FORMAT DÉPASSE 1,5 M X 1 M





PARTIE III LE REGLEMENT EN VIGUEUR

Cogolin s'est dotée d'un règlement local de publicité le 16 juin 1994.

Ce règlement comporte quelques dispositions communes qui ne font que reprendre, pour la plupart, les dispositions nationales, et crée 4 zones de publicité restreinte (ZPR) et 3 zones de publicité autorisée (ZPA).

Les deux premières ZPR (A et B) recouvrent respectivement le centre ancien du village et le reste du centre-ville.

La publicité scellée au sol y est interdite.

Une distance minimum de 300 mètres minimum entre publicités (murales) est imposée.

La publicité murale est réduite à la surface de 2 m² en ZPRA et 4 m² en ZPRB. Elle est admise sous réserve que le mur soit décoré, la décoration étant soumise aux autorisations d'urbanisme et de voirie, ce qui affaiblit la légalité de cette prescription puisque, de façon détournée, c'est la publicité qui devient soumise à autorisation. Cette pratique est interdite par la jurisprudence : le maire ne peut créer de régimes d'autorisation non expressément prévus par la loi.

Quoiqu'il en soit, le règlement a été suivi d'effets très visibles. Dans ces deux secteurs cumulés, le nombre de publicités et préenseignes s'élève à 4. Il est vrai que le tissu urbain dense et l'absence de murs aveugles ne se prête pas à l'implantation de panneaux publicitaires.

Le règlement des deux autres ZPR (Les Vergerets et Vausseruègne) et des trois ZPA (Valensole, Font-Mourier et Cogolin-Plage) est identique.

Il limite la surface des publicités à 12 m² (en 1994, la surface maximum était de 16 m²), les restreint à une publicité par unité foncière et impose une distance minimum de 250 mètres entre dispositifs.

Le classement en ZPA de Cogolin-Plage n'est pas justifié puisque ce secteur est aggloméré et que les ZPA étaient instituées hors agglomération. La création d'une zone de publicité élargie (ZPE) eut été plus justifiée.

Comme pour le premier type de zones, le RLP a donné d'excellents résultats en termes de protection du cadre de vie, la présence de la publicité est assez discrète quantitativement.

Le RLP établit également des prescriptions pour le mobilier urbain, limitant la publicité qu'il supporte à 2 m².

Cette auto-contrainte inutile n'est pas respectée : plusieurs mobiliers urbains de 12 m² sont installés sur le territoire.

Un chapitre sur les préenseignes dérogatoires rappelle les règles nationales qui leur sont applicables.

Les enseignes font l'objet des dispositions sévères. Limitées dans tous les cas à deux par établissement, elles ne doivent pas excéder 1 mètre de haut pour les enseignes parallèles au mur, et leur longueur ne doit pas dépasser les 2/3 de la longueur de la façade, ni être supérieure à la vitrine. Les autres dispositions ne sont que des rappels de la réglementation nationale.

Applicables et utiles pour les enseignes des commerces de centre-ville et pour les petites activités artisanales, ces règles n'ont pas de sens pour la grande distribution et d'une façon générale pour les bâtiments de grande taille.

Les préenseignes temporaires sont limitées à 1,5 m² et à 2 préenseignes par manifestation.



PARTIE IV LA PROCEDURE D'ELABORATION DU RLP

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il a été indiqué, la commune de Cogolin étant compétente en matière de PLU, elle l'est également en matière de RLP. La procédure de révision de son règlement de publicité est donc placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement de publicité du 30 octobre 2014 a précisé les objectifs poursuivis (cf. partie IV) et a défini les modalités de la concertation qui aura lieu pendant toutes les étapes de la révision du RLP (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme). Celles-ci devront revêtir la forme suivante :

- une information tout au long de la procédure dispensée sur le site internet de la ville, ainsi que dans le journal d'informations municipales ;
- un registre de concertation mis à disposition du public tout au long de la procédure aux jours et heures ouvrables de la mairie ;
- l'organisation d'une exposition précisant ce qu'est un règlement local de publicité et informant des différentes étapes ;
- l'organisation de réunions publiques de présentation.

Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées (PPA). C'est ainsi qu'à leur demande pourront être associées à l'élaboration du projet de révision :

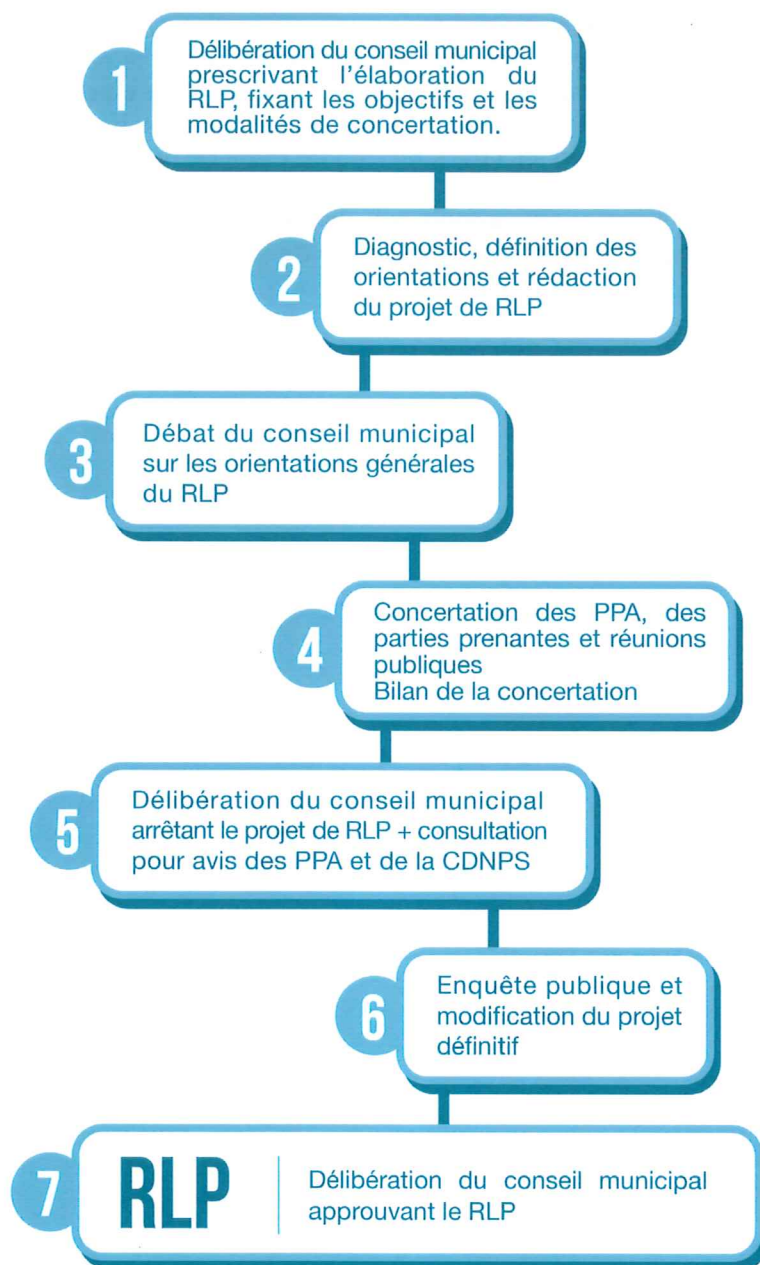
- le préfet du Var ;
- la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ;
- le conseil départemental du Var ;
- le président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains et, si ce n'est pas la même personne, le président de l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat dont la commune est membre ;
- la chambre de commerce et d'industrie de Toulon ;
- la chambre de métiers et de l'artisanat du Var ;
- la chambre d'agriculture du Var ;

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement sera organisé deux mois au moins avant son arrêt. Lors de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation sera tiré. Le projet sera ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS). A la suite de quoi, le projet fera l'objet d'une enquête publique et, éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, sera définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entrera en vigueur. Le RLP sera d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R.581-88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du code de l'environnement).

Les dispositifs illégaux par rapport aux dispositions en vigueur (RNP et actuel RLP) ne jouissent, eux, d'aucun délai de mise en conformité.

La procédure d'élaboration du RLP - la procédure de révision étant identique – est résumée dans le schéma ci-dessous :



Note : l'étape 3 a été choisie par la ville de Cogolin

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, lexique, etc.

- **• LE RAPPORT DE PRÉSENTATION**

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

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

- **• LA PARTIE RÉGLEMENTAIRE**

comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP. Par principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

- **• LES ANNEXES**

sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones identifiées dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoutent l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.



PARTIE V LES OBJECTIFS FIXES PAR LA VILLE

Par délibération en date du 30 octobre 2014, la commune de Cogolin a prescrit la révision de son règlement de publicité.

Au-delà de son actualisation au regard de la loi du 12 juillet 2010 et de ses décrets pris en application, la ville souhaite qu'à cette occasion soient prises en compte ses évolutions structurelles. Le RLP devra ainsi être l'aboutissement de plusieurs réflexions thématiques qu'il est possible de distinguer selon qu'elles sont des réflexions sectorielles ou des réflexions plus thématiques.

- procéder à un recensement global des dispositifs existants relatifs à la publicité, aux enseignes et préenseignes ;
- concilier les besoins des acteurs économiques ;
- prendre en compte l'existence et les projets de zones d'activité ;
- préserver la qualité des entrées de la ville, du centre-ville et mettre en valeur le cadre de vie ;
- prendre en compte l'apparition de nouvelles technologies.

PARTIE VI LE DIAGNOSTIC

Le diagnostic a pour objet, dans un premier temps, de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation :

Publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune telles qu'elles ont été fixées par la délibération du 30 octobre 2014 :

- La publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- La qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;
- L'impact des dispositifs lumineux et numériques s'il y a lieu.

LA QUESTION DES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

A LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de cette fixation est renforcée par l'obligation d'annexer, au futur RLP, l'arrêté municipal fixant les dites limites, ainsi que le document graphique afférent.

Cela conduit à examiner la manière dont celles-ci sont matérialisées par les panneaux d'entrée et de sortie (type EB10-EB20).

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route, indiquant qu'il s'agit du secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalé par des panneaux d'entrée et de sortie (EB-10/EB-20).

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il convient de vérifier que les panneaux sont correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

B LA SITUATION DE COGOLIN

L'implantation des panneaux d'entrée ou de sortie d'agglomération à Cogolin est satisfaisante sur tous les axes. Les panneaux EB10 et EB20 sont installés correctement à l'entrée (et sortie) des secteurs agglomérés, là où le bâti peut être considéré comme rapproché.

La route départementale 98 est hors agglomération dans son ensemble, les panneaux réglementaires sont installés sur chacune des voies adjacentes. Il en résulte pour le droit de la publicité que, non seulement l'implantation de celle-ci est interdite le long de cet axe, mais que, de surcroît, toute publicité scellée au sol visible de la RD 98 est interdite, en application de l'article R.581-31 du code de l'environnement.

La publicité dans les ZPA et les enseignes sont admises.

Cogolin-Plage est matérialisé par des plaques installées comme il convient.

UNE PLAQUE D'ENTRÉE DE VILLE (EB10) AU DÉBUT DE L'AVENUE GEORGES CLÉMENTEAU



UNE PLAQUE D'ENTRÉE DE VILLE (EB10) SUR LA RD98, À COGOLIN-PLAGE

UNE PLAQUE (EB20) MATÉRIALISANT LA SORTIE DE LA ZONE
AGGLOMÉRÉE, SUR LA RD48



SITUATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE À COGOLIN

L'élaboration du futur RLP nécessite de connaître la situation tant de la publicité que des enseignes étant entendu que les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité

A LES PUBLICITÉS

Les dispositifs publicitaires sont très peu nombreux : 4 dans les ZPR A et B, 18 dans les autres ZPR et ZPA, mobilier urbain compris de format 12 m² compris dans les deux cas.

Deux publicités murales illégales ont été relevées en centre-ville, dont l'une, relevée en mai 2015 a été supprimée durant l'été suivant.



Les dispositifs de 12 m² installés dans les autres ZPR et les ZPA sont en état d'entretien relativement bon, mais bas de gamme, et leur surface est trop importante dans leur environnement.



MATÉRIEL BAS DE GAMME (ZA DE VALENSOLE)



UNE SURFACE DISPROPORTIONNÉE AVEC LES LIEUX (COGOLIN-PLAGE)

Certains d'entre eux sont alourdis de passerelles métalliques inesthétiques.

**AVENUE SAINT-MAUR, UN DISPOSITIF TROP ENVAHISSANT,
ALOURDI D'UN ACCESSOIRE.**



A Cogolin-Plage des publicités ou préenseignes de grand format sont installées dans des zones boisées, gommant les espaces de respiration que constituent ces lieux.



RD98 À COGOLIN-PLAGE

B LE MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

Le mobilier urbain de 2 m² n'est présent que sur les abris voyageurs, exploités par le conseil départemental.

Certains abris sont édifiés hors agglomération et ne doivent pas recevoir de publicité.

RD 98



Plusieurs autres mobiliers urbains publicitaires sont installés hors agglomération

CI-DESSUS, RD 98, ROUTE DE LA MOLE, UN MOBILIER URBAIN PRÉSENTANT D'UN CÔTÉ UNE INFORMATION MUNICIPALE ET DE L'AUTRE UNE FACE PUBLICITAIRE.



Une colonne d'affichage culturelle, d'une hauteur adaptée au contexte est installée avenue Georges Clémenceau (ci-dessous).



Le mobilier urbain publicitaire, eu égard aux services qu'il rend aux usagers de la voie publique (abris et information), bénéficie d'une position privilégiée pour le code de l'environnement, qu'il conviendra de conforter. L'abri, été comme hiver, est important et les informations d'intérêt général (culture, sport, toutes activités associatives municipales), canalisées, ne sont pas tentées par l'affichage illégal.

D'une façon générale, la protection de la ville contre l'envahissement publicitaire, obtenue grâce au RLP actuellement en vigueur devra être conservée. Elle pourra être améliorée par une réduction des formats.

© LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

En mai 2015, plus de 80 préenseignes dérogatoires ont été dénombrées sur le territoire communal.

15 % étaient illégales, soit en regard de leur format, supérieur à 1,5 m x 1 mètres, soit parce qu'elles étaient destinées à des activités inéligibles à ce type de dispositif.



ACTIVITÉ POUR LAQUELLE LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES N'ONT JAMAIS ÉTÉ AUTORISÉES.

Sur les préenseignes admises, 90 % d'entre-elles sont devenues illégales le 13 juillet 2015, puisque depuis cette date le nombre d'activités ayant droit aux préenseignes dérogatoires est très limité (voir précédemment).



UNE SURFACE DISPROPORTIONNÉE AVEC LES LIEUX (COGOLIN-PLAGE)

En octobre 2015, environ la moitié des préenseignes ont été déposées par les exploitants, la ville ayant engagé les actions de sanctions auprès des sociétés retardataires.

④ LE FLÉCHAGE ET LES PUBLICITÉS « SAUVAGES »

L'article L.581-24 du code de l'environnement subordonne l'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne à l'autorisation préalable du propriétaire des lieux.

Dès lors, toutes les flèches, inscriptions, calicots fixés sur le domaine communal ou départemental sans autorisation, sur des transformateurs EDF, sur les mâts des panneaux indicateurs, des luminaires, des parapets etc. sont illégaux. (En outre la publicité est interdite sur ces derniers équipements).

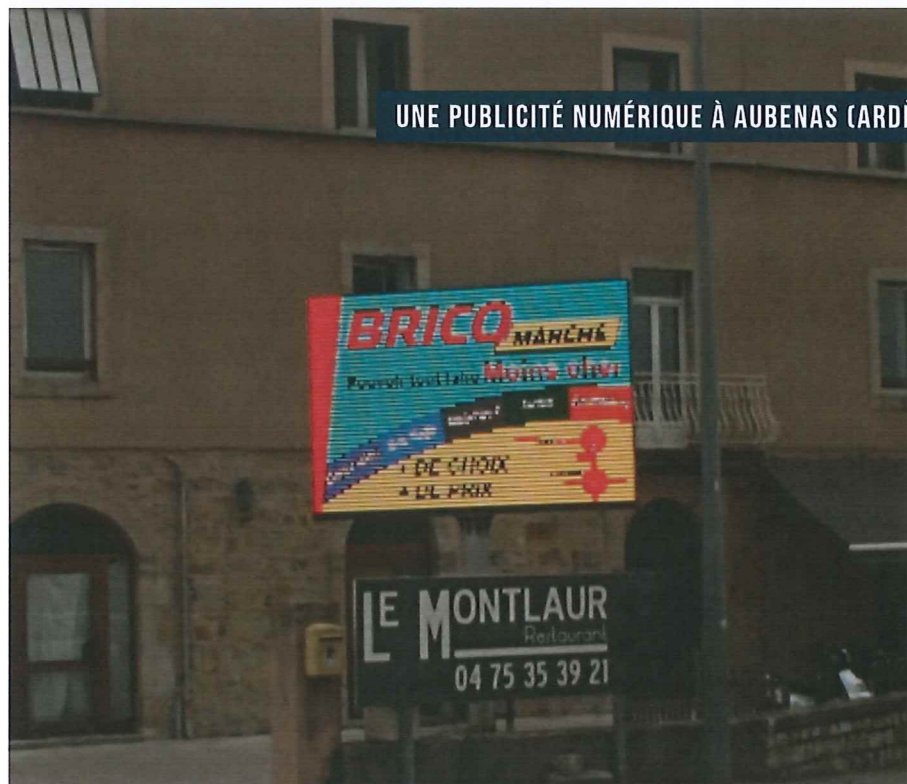




LES PUBLICITÉS NUMÉRIQUES

Absente à ce jour à Cogolin, la publicité numérique est en fort développement. Compte-tenu du dynamisme commercial de la zone, on peut supposer que des demandes d'autorisation arriveront en mairie. L'autorisation est délivrée au cas par cas, et l'éventuel refus doit être solidement motivé, comme le rappelle un jugement récent du tribunal administratif de Dijon (28 septembre 2015).

Le RLP peut toutefois fixer des règles, interdisant certains lieux, limitant la surface maximum dans d'autres. La plage horaire de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux peut par ailleurs être étendue.



F LES ENSEIGNES HORS CENTRE-VILLE

De nombreuses enseignes sont en infraction avec le code de l'environnement. L'infraction la plus courante est le dépassement du mur qui supporte l'enseigne.



TROIS ENSEIGNES PRÉSENTANT LA MÊME INFRACTION :
DÉPASSEMENT DU MUR-SUPPORT



Deux enseignes en toiture (l'une vue plus haut) sont en infraction, les supports des lettres ne devant pas être visibles. Par ailleurs, l'opportunité de ces enseignes, qui surplombent des toits en tuile est discutable.



Le décret du 30 janvier 2012 impose un rapport entre la surface cumulée des enseignes et la surface du mur qui la supporte (25 % si la surface du mur est inférieure ou égale à 50 m², 15 % dans les autres cas*) L'application de cette règle de proportion devra être terminée pour le 13 juillet 2018. Un grand nombre d'établissements commerciaux ne respectent pas cette disposition, mais certains - en connaissance de cause ou non - l'ont anticipée

** Un décret en préparation modifiera éventuellement ces dispositions pour les façades comprises entre 50 et 84 m²)*





CI-DESSUS ET CI-DESSOUS, ENSEIGNES EN CONFORMITÉ
AVEC LES NOUVELLES DISPOSITIONS LÉGALES



Les enseignes scellées au sol, généralement installées au bord de la voie, pour signaler un bâtiment en fond de parcelle représentent partout en France une agression dans le paysage, créant un obstacle supplémentaire dans le champ de vision.



Elles sont limitées depuis 2012 à une par voie bordant l'établissement, dans toutes les agglomérations.

Plusieurs infractions ont été constatées, mais c'est surtout l'aspect désordonné de ces enseignes de tous genres et toutes hauteurs qui est à déplorer.





📍 LES ENSEIGNES DU CENTRE-VILLE

Les enseignes des commerces de proximité et des artisans du bourg respectent en grande majorité le RNP et leur RLP.

Les exemples d'enseignes agréables à l'œil, respectant l'architecture et dont la lisibilité est parfaite sont nombreux.

**ENSEIGNES PARFAITEMENT INTÉGRÉES AU BÂTIMENT,
DONT LA LISIBILITÉ EST EXCELLENTE**



**UNE ENSEIGNE DRAPEAU ET UNE ENSEIGNE PARALLÈLE
ASSURENT LA SIGNALISATION DE CETTE BANQUE**



DES ENSEIGNES ADAPTÉES AU BÂTIMENT



A l'inverse, sont moins respectueuses de l'architecture :

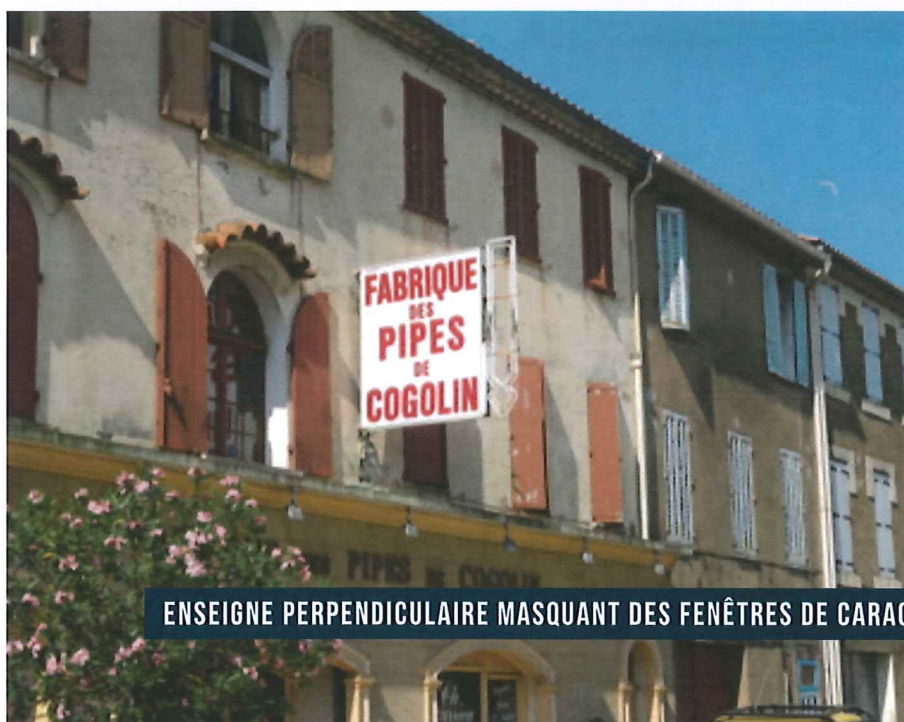
Les enseignes filant sur plusieurs bâtiments

Les enseignes (parallèles ou perpendiculaires) au-delà du rez-de-chaussée



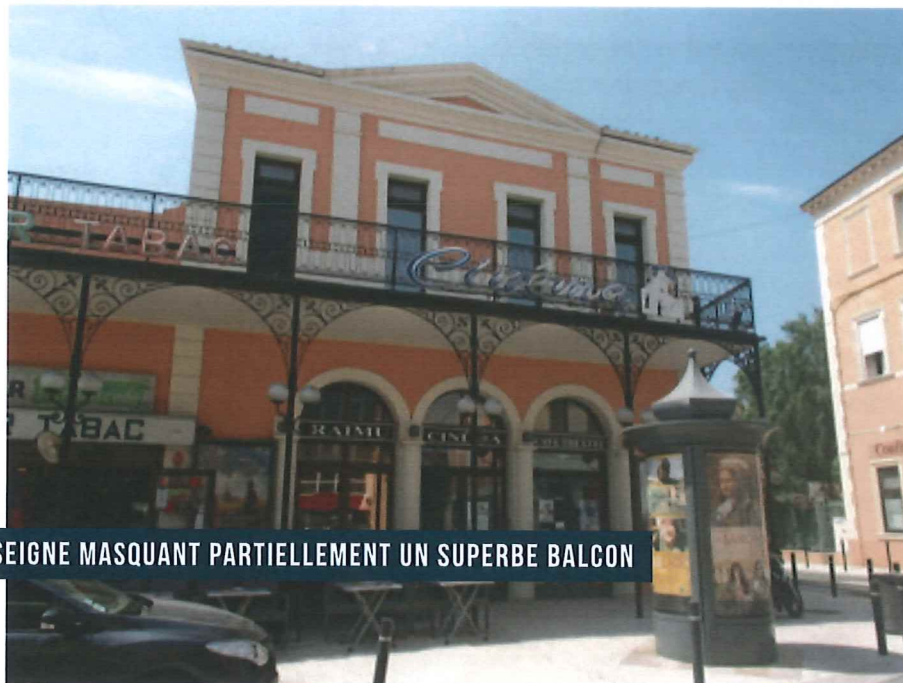
UNE ENSEIGNE AU PREMIER ÉTAGE, (INDIQUANT DE SURCROIT UN MAGASIN QUI N'EXISTE PLUS)

**DEUX ENSEIGNES PERPENDICULAIRES QUI REMPLIRAIENT
DE LA MÊME FAÇON LEUR OFFICE EN ÉTANT PLUS PETITES
ET PLUS BASSES**



ENSEIGNE PERPENDICULAIRE MASQUANT DES FENÊTRES DE CARACTÈRE

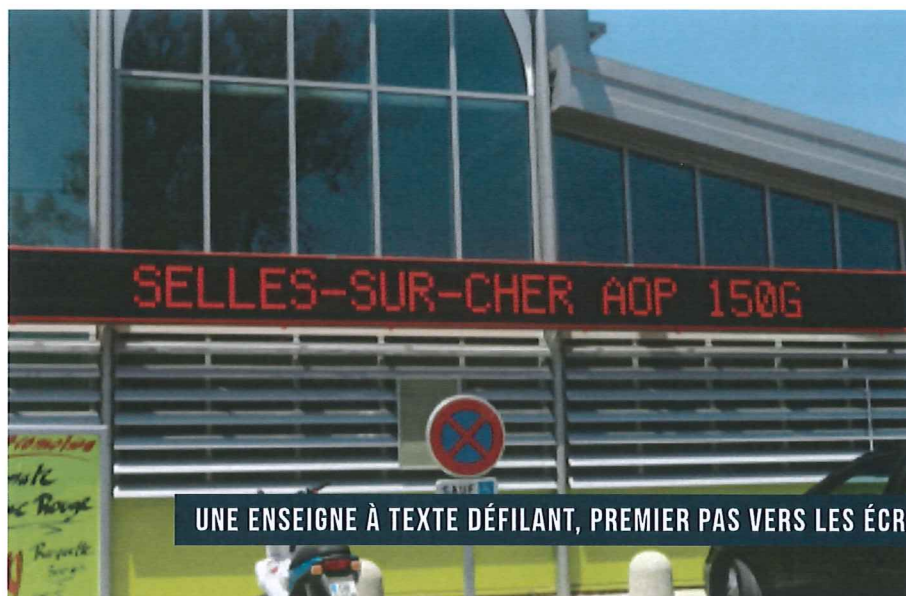
Les enseignes masquant des éléments d'architecture intéressants



H LES ENSEIGNES NUMÉRIQUES

Comme les publicités, les enseignes numériques, écrans de télévision géants apposés sur la façade ou le parking des magasins, feront leur apparition prochaine. Des règles similaires à celles des publicités permettront d'encadrer les demandes d'autorisation.

A la différence de publicités numériques limités à 8 m², le RNP ne prévoit pas de surface maximum pour les enseignes numériques.



❶ LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

Les enseignes temporaires annoncent les programmes immobiliers et d'une façon générale, les opérations exceptionnelles : culturelles ou sportives, mais aussi toute promotion commerciale.

Si elles peuvent être considérées comme « indispensables » pour les opérations immobilières et si elles disparaissent naturellement à la fin de celles-ci, leur excès est moins justifié pour les opérations commerciales, d'autant que renouvelées de promotions en promotions, elles deviennent de véritables enseignes fixes.



CI-DESSUS, DEUX TYPES D'ENSEIGNES TEMPORAIRES IMMOBILIÈRES,
QUI DEVRAIENT DISPARAITRE APRÈS LA VENTE DES BIENS

UNE ENSEIGNE QUI N'EST PAS LIÉE À UNE MANIFESTATION TEMPORAIRE



ENSEIGNE TEMPORAIRE

PARTIE VII PRECONISATIONS

PRÉCONISATIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

PRÉCONISATION N°1 :

Limitier le type de publicités acceptables dans le centre-ville

L'actuel règlement de publicité a obtenu des résultats remarquables en matière publicitaire dans le centre-ville. Il est préconisé de reprendre le même type de prescriptions consistant à limiter l'implantation publicitaire à la seule publicité supportée par le mobilier urbain et dont le format ne dépasse pas 2 m².

PRÉCONISATION N°2 :

Fixer une surface maximum adaptée au cadre de vie de Cogolin ainsi que des règles esthétiques visant à harmoniser les dispositifs

Le diagnostic fait apparaître une disparité du matériel supportant de la publicité et une qualité moyenne faible des matériels. La fixation de prescriptions esthétiques associées à une limitation du format maximum assureront l'unité des dispositifs dans les zones où ils seront admis, notamment aux entrées de ville.

PRÉCONISATION N°3 :

Fixer les conditions d'implantation des publicités dans les zones d'activité

La publicité et les préenseignes soutiennent l'activité commerciale. Elles doivent pouvoir prendre place dans les zones d'activité, dans des conditions préétablies, sans nuire au bon accueil dans ces zones.

PRÉCONISATION N°4 :

Réglementer les publicités numériques

Mode de communication en plein développement, la publicité numérique doit avoir un régime spécifique conduisant à encadrer les lieux où elle peut être admise et à fixer des lieux où elle doit être interdite eu égard à son impact sur le cadre de vie.

PRÉCONISATION N°5 :

Etendre la plage des horaires d'extinction nocturne

Le RNP ayant fixé entre 1 h et 6 h l'extinction nocturne des dispositifs lumineux, les horaires peuvent être adaptés, afin de préserver la quiétude des habitants. Ils peuvent éventuellement être fixés par quartiers ou saisonnièrement.

PRÉCONISATIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNES

PRÉCONISATION N°6 :

Interdire les enseignes en toiture

Les commerces installés à Cogolin ont un recours limité aux enseignes en toiture. Il est ainsi préconisé de généraliser cette interdiction des enseignes en toiture sur la totalité du territoire de Cogolin. Outre que cette mesure aura un effet remarqué sur le cadre de vie, elle va contribuer à assurer une unité entre les zones commerciales.

PRÉCONISATION N°7 :

Réglementer les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Le régime actuel des enseignes scellées au sol ne se distingue pas de celui de la publicité. Il est préconisé de les interdire en centre-ville et de réduire le format dans les autres zones afin de limiter leur impact sur le cadre de vie.

PRÉCONISATION N°8 :

Fixer en centre-ville des règles adaptées au contexte cogolinois

Le centre-ville cogolinois a le charme d'un village provençal. De nombreux efforts architecturaux ont été réalisés. Les enseignes doivent contribuer à l'harmonie du village.

PRÉCONISATION N°9 :

Réglementer les enseignes lumineuses, notamment numériques

Comme la publicité, les enseignes numériques ont vocation à se développer. Le RNP ne comporte aucune règle spécifique les concernant hormis leur extinction de 1 h à 6 h du matin. Il est préconisé de soumettre celles à venir à un régime tenant compte de leurs lieux d'implantation. En outre, il est suggéré que ce régime soit identique à celui de la publicité numérique.

PARTIE VIII EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base du diagnostic et des orientations débattues en conseil municipal, le règlement de Cogolin édicte d'une part des règles applicables à tout le territoire, et d'autre part des règles spécifiques à 4 types de zones.

LES RÈGLES GÉNÉRALES

Les murs de clôtures sont généralement en pierre et présentent des caractéristiques esthétiques.

Les clôtures sont des structures légères ou des éléments végétaux structurent le paysage.

Les unes comme les autres n'ont pas vocation à servir de support aux enseignes.

La ville n'a pas choisi l'interdiction totale, afin de laisser la possibilité à toute activité de se signaler, mais limite l'enseigne à une surface de 1 m².

Le règlement national interdit la publicité sur les arbres ; la même interdiction est étendue aux enseignes, préservant ainsi l'intégrité du capital végétal.

Les publicités ou préenseignes posées sur le domaine public (chevalets) sont largement utilisés par le commerce de proximité et confèrent un aspect dynamique aux rues. Toutefois leur multiplication dilue les messages et encombre les trottoirs. Le règlement permet à toute activité d'utiliser un unique chevalet, dont les dimensions sont normées.

Le règlement national accorde un statut très souple aux enseignes temporaires, permettant ainsi l'annonce des manifestations exceptionnelles de tout ordre. Pour assurer l'animation commerciale de la ville, le règlement local confirme ce statut, en autorisant en toute zone les enseignes temporaires mais les limite en nombre et en format.

Dans un souci de participation à l'effort national de développement durable, la plage d'extinction nocturne prévue nationalement (1h-6h) est étendue à minuit-7 heures.

Les enseignes des activités ouvertes entre minuit et 7 heures peuvent naturellement être éclairées.

QUATRE ZONES SONT ÉTABLIES SUR LA COMMUNE

La zone 1 s'étend sur le centre-ville dont l'urbanisme présente une grande homogénéité ;

La zone 2 recouvre les centres commerciaux situés en agglomération, proches du cœur du village ;

La zone 3 correspond au parc d'activité « Saint-Maur » et aux centres commerciaux situés hors agglomération, dont le bâti présente des similitudes ;

La zone 4 couvre l'agglomération de Cogolin-Plage.

ZONE 1

Dans la zone 1, seules sont admises les publicités sur le mobilier urbain, les chevalets et les publicités de petit format apposées sur les façades commerciales.

Le mobilier urbain remplit un rôle de support pour les messages à but non commercial : informations pratiques d'intérêt général, manifestations culturelles ou sportives etc. Il est essentiel dans une ville touristique.

Les chevalets animent la rue.

L'impact sur le paysage de la publicité de petit format est modéré. Une surface maximum de 1 m² est néanmoins fixée.

La publicité numérique est interdite dans le but de préserver la quiétude villageoise.

Les enseignes en façade font l'objet de règles qualitatives dont le but est de mettre en valeur de l'architecture provençale qui caractérise Cogolin.

La ville n'a pas interdit les enseignes scellées au sol en prévision des besoins potentiels d'une activité installée en retrait de la voie publique. Pour s'adapter au contexte du centre-ville, elles sont réduites en hauteur et en largeur.

Les enseignes en toiture ne sont pas adaptées aux toits traditionnels et dénaturent les perspectives. Elles sont interdites.

Pour les mêmes raisons que les publicités, les enseignes numériques sont interdites.

ZONE 2

La zone 2 recouvre les centres commerciaux « Espace Marceau », « Agora » et « Le Subeiran », qui se caractérisent par leur contiguïté avec le centre-ville. Aussi le régime de la publicité est-il le même que pour la zone 1, afin de préserver les perspectives sur la ville.

Le régime des enseignes est adapté aux bâtiments qui composent la zone. Dans la zone du Subeiran, le régime national s'applique.

Dans les deux autres zones, une restriction est apportée, au travers d'une limitation des enseignes en façades, tenant compte du caractère agréable des constructions.

Les enseignes en toiture – absentes – sont interdites pour les mêmes raisons.

Les enseignes numériques peuvent être admises, avec une surface de 8 m² maximum.

ZONE 3

Dans le contexte du secteur d'activité de Saint-Maur (zone 3), la publicité a sa place. Sa surface ne dépasse pas 8 m² et dans le but de rythmer les dispositifs, la règle de densité nationale est renforcée. La règle reste toutefois assez souple, puisqu'aucune unité foncière n'est interdite.

Diverses prescriptions d'ordre esthétique sont imposées, améliorant la qualité individuelle de chaque dispositif, ce qui a comme corollaire d'harmoniser les panneaux des différentes entreprises d'affichage, chacune ayant néanmoins recours à son propre matériel.

La publicité est interdite sur les murs de clôtures et les clôtures, pour les raisons développées dans les règles générales.

Les publicités lumineuses sont admises, dans les conditions du régime national.

Les enseignes en façade suivent le régime national.

Les bâtiments pouvant tous accueillir matériellement des enseignes sur les façades, les enseignes en toiture sont interdites. Celles-ci dénatureraient d'autre part les constructions, relativement basses.

Les enseignes numériques sont admises, limitées à 8 m² dans un souci de cohérence avec les publicités.

Les enseignes scellées au sol peuvent être autorisées. Un rectangle d'enveloppe leur est donné, pour lutter contre l'anarchie visuelle.

ZONE 4

Cogolin-plage et Font-Mourier sont des cas particuliers. Zones agglomérées détachées du bourg, le régime de la publicité et des enseignes est celui des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Le RLP n'apporte aucune modification à ce régime, ni pour les publicités, ni pour les enseignes, à trois exceptions près :

- l'interdiction des enseignes en toiture ;
- la limitation des enseignes lumineuses à 8 m² ;
- un rectangle d'enveloppe imposé aux enseignes scellées au sol.

ZONE 5

Une activité hors-agglomération dispose du droit de se signaler par l'enseigne. Dans un contexte paysager particulièrement sensible qui est l'écrin de Cogolin, le RLP adopte les mêmes règles protectrices qu'en zone 4.