



Le Président

**Monsieur Jean-Pierre GIRAN**  
**Président**  
**Métropole Toulon Provence Méditerranée**  
**Hôtel de la Métropole**  
**107 boulevard Henri Fabre**  
**CS 30356**

**83041 TOULON Cedex**

Toulon, le **19 SEP. 2025**

Monsieur le Président,

Dans le cadre de l'enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Métropole Toulon Provence Méditerranée, la Chambre de Commerce et d'Industrie du Var souhaite apporter sa contribution.

L'application d'une réglementation cohérente des dispositifs publicitaires et des enseignes est essentielle pour améliorer le cadre de vie, et permettre un développement économique pérenne sur votre territoire. L'enjeu principal pour l'élaboration du RLPi est de pouvoir concilier un affichage homogène qui réduise l'impact paysager et toute forme de pollution visuelle, tout en garantissant une réponse au besoin de visibilité des entreprises implantées sur les 12 communes de la Métropole.

Dans cette perspective, votre approche visant à distinguer, à travers le zonage, différents secteurs pour tenir compte des spécificités du territoire nous semble ainsi très pertinente :

- Espaces protégés (ZP0) ;
- Centres-villes (ZP1) ;
- Tissus urbains périphériques à dominante résidentielle (ZP2) ;
- Entrées de ville, entrées de territoire (ZP3) ;
- Zones économiques (ZP4) ;

Cette classification permet de proposer une réglementation adaptée aux différents enjeux présents sur le territoire. En effet, les règles de publicité ont un impact variable sur chaque secteur, que ce soit sur la qualité du cadre de vie, la valorisation de l'image de la Métropole et de son patrimoine, tout en accompagnant en parallèle la dynamique des activités économiques.

Sur les centres-villes historiques et les noyaux villageois des communes de la Métropole (ZP1), votre objectif est de préserver le patrimoine bâti et de protéger les paysages identitaires, tout en répondant aux besoins de visibilité des nombreuses activités commerciales au sein de ces centralités.

Ces secteurs sont donc concernés par une interdiction des publicités et des pré-enseignes (hors support par du mobilier urbain), ce qui doit permettre de maintenir la situation actuelle des centres-villes, en préservant une ambiance villageoise et l'attractivité touristique.

Nous notons sur ces secteurs l'identification de zones spécifiques à forte valeur patrimoniale (ZP1ap) qui visent à protéger le caractère historique et l'architecture des centres anciens, ainsi que des zones de centralités (ZP1b) qui ciblent des espaces élargis avec des activités économiques du quotidien. Sur ce secteur ZP1, nous saluons votre volonté de préserver l'attractivité du tissu économique en évitant la multiplicité des supports d'enseignes, afin de promouvoir des centres-villes agréables et un cadre de vie de qualité, favorables à la déambulation et à la fréquentation des commerces et services de proximité.

Dans cette même logique, nous adhérons à la prise en compte des « entrées de ville et de territoire », grâce à l'identification d'une zone de publicité spécifique (ZP3). Ces secteurs stratégiques sont généralement localisés le long de grands axes de circulation, symbolisant l'image « perçue » d'une commune lorsque l'on y accède. Ils sont aussi générateurs d'une pression publicitaire importante eu égard à leur situation qui bénéficie d'une grande visibilité. La classification de ces secteurs en sous-zones dans votre RLPi nous paraît donc tout à fait pertinente, en tenant compte de l'importance de l'axe, son trafic, sa morphologie et sa sensibilité économique. De même, nous notons que les emprises portuaires ainsi que l'aéroport de Toulon-Hyères sont distingués par des zonages distinctifs (ZP3d et ZP3e), visant à répondre aux enjeux paysagers issus de leurs spécificités (accueil des croisiéristes, tourisme balnéaire et d'affaires...).

Comme cela est présenté dans votre document, nous considérons que les Zones d'Activités Economiques (ZAE) nécessitent l'instauration d'une réglementation adaptée et moins restrictive que sur les autres zones, au vu des enjeux économiques qui y sont présents. Nous sommes également conscients que certaines ZAE peuvent présenter une image négative (notamment celles à vocation commerciale), généralement liée à la multiplicité des dispositifs d'affichage et des publicités, et qu'il est important de maîtriser la signalétique sauvage car cette abondance nuit à la lisibilité des entreprises et des messages véhiculés.

Sur la Métropole, l'enjeu est fort car de nombreuses ZAE sont localisées sur des entrées de communes, avec un effet vitrine pour le territoire qui nécessite une attention particulière en termes de visibilité et de perception paysagère.

Le zonage dédié aux activités économiques (ZP4) nous paraît donc indispensable, et nous considérons que votre choix de définir 4 sous-zones en fonction des caractéristiques des ZAE, leur vocation, leur dimensionnement, leur rayonnement...est tout à fait justifié. Au regard des différentes situations, ces sous-secteurs permettent une réglementation publicitaire adaptée à la réalité du terrain, en fonction de critères propres aux espaces d'activités du territoire métropolitain.



De manière générale, pour améliorer l'attractivité de ces espaces, il est essentiel d'appliquer une réglementation plus stricte sur les enseignes peu qualitatives qui impactent le paysage, afin d'éviter les nuisances visuelles qui brouillent la perception des informations. Il nous semble également important de renforcer la signalétique en valorisant la qualité des enseignes, et en permettant une meilleure visibilité des entreprises locales, notamment commerciales, qui y sont implantées.

Enfin, nous attirons votre attention sur l'importance de garantir une certaine souplesse dans la réglementation du RLPi, en évitant d'imposer des règles trop restrictives qui pourraient mettre en difficulté certaines entreprises, et en particulier les petits commerçants (mise en conformité coûteuse financièrement).

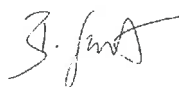
En effet, l'affichage publicitaire reste une source de visibilité et de revenus pour les entreprises, et il nous semble important, à travers le RLPi, de pouvoir améliorer le cadre de vie tout en préservant les commerces de proximité et plus globalement le tissu économique local.

Le RLPi doit permettre à la Métropole de disposer d'un document suffisamment complet et détaillé, conforme en matière juridique, afin d'éviter un certain nombre de litiges avec les entreprises ou les annonceurs, tout en préservant l'activité économique.

Nous insistons également sur l'utilité d'une approche pédagogique et d'un travail d'appropriation du RLPi auprès des entreprises de votre territoire, de manière à les accompagner et les aider à s'adapter à cette nouvelle réglementation dans les meilleures conditions.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Président, en l'assurance de notre considération distinguée.

**Le Président,**



**Basil GERTIS**

**Affaire suivie par :**  
**Pôle Experts-Métiers**  
**Joanin MAILHAN**  
**Tél : 04 94 22 80 13**

