

R L P

RÉGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
DE LA VILLE D'AVIGNON



PUBLICITÉ



PRÉ-ENSEIGNE



ENSEIGNE

DIAGNOSTIC

Version Finale
Octobre 2022

AVIGNON
Ville d'exception



Sommaire

SOMMAIRE	3
PREAMBULE	4
PARTIE A DIAGNOSTIC	6
A.1 CONTEXTE COMMUNAL	7
A.1.1 <i>Contexte géographique et démographique</i>	7
A.1.2 <i>Contexte paysager et patrimonial</i>	7
A.1.3 <i>Contexte urbain</i>	11
A.1.4 <i>Contexte viaire</i>	14
A.1.5 <i>Contexte économique</i>	17
A.1.6 <i>Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU, zoom sur les ambitions en lien avec le RLP</i>	24
A.2 CONTEXTE REGLEMENTAIRE.....	28
A.2.1 <i>Dispositifs publicitaires concernés par le RLP</i>	28
A.2.2 <i>Les périmètres réglementaires spécifiques</i>	31
A.2.3 <i>Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes</i>	38
A.2.4 <i>Les principales dispositions applicables aux enseignes</i>	41
A.2.5 <i>Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires</i>	43
A.3 BILAN DU RLP DE 1998	44
A.4 ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES.....	47
A.4.1 <i>État des lieux général</i>	47
A.4.2 <i>Conformité des dispositifs aux dispositions du RLP en vigueur ou à la réglementation nationale</i>	55
A.4.3 <i>Diagnostic des publicités et préenseignes</i>	59
PARTIE B ORIENTATIONS	88
PARTIE C JUSTIFICATION DES CHOIX DES REGLES ET DES MOTIFS DE DELIMITATION DES ZONES	89
C.1 LA DELIMITATION DES ZONES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	90
C.2 CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE	91

Préambule

Défini aux articles L.581-14 et suivants du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité (RLP) est un outil de planification de l'affichage publicitaire qui régit la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux enjeux du territoire : lutter contre la pollution et les nuisances, maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville, sauvegarder le patrimoine naturel et paysager, ... Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

La ville d'Avignon disposait d'un RLP approuvé en 1998. Celui-ci est devenu caduc le 14 janvier 2021. Par délibération du Conseil municipal du 19 décembre 2020, Les élus de la ville d'Avignon ont prescrit la révision du RLP et se sont fixés plusieurs objectifs auxquels le règlement devra répondre :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur les paysages et les éléments patrimoniaux de la ville qui constituent un des facteurs importants de l'attractivité touristique, commerciale et résidentielle d'Avignon ;
- Assurer la qualité visuelle et paysagère des principales entrées de ville (route de Marseille, route de Tarascon, etc) ;
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire communal pour renforcer son identité ;
- Limiter la pollution visuelle des dispositifs publicitaires en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation ;
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication.

Partie A | Diagnostic

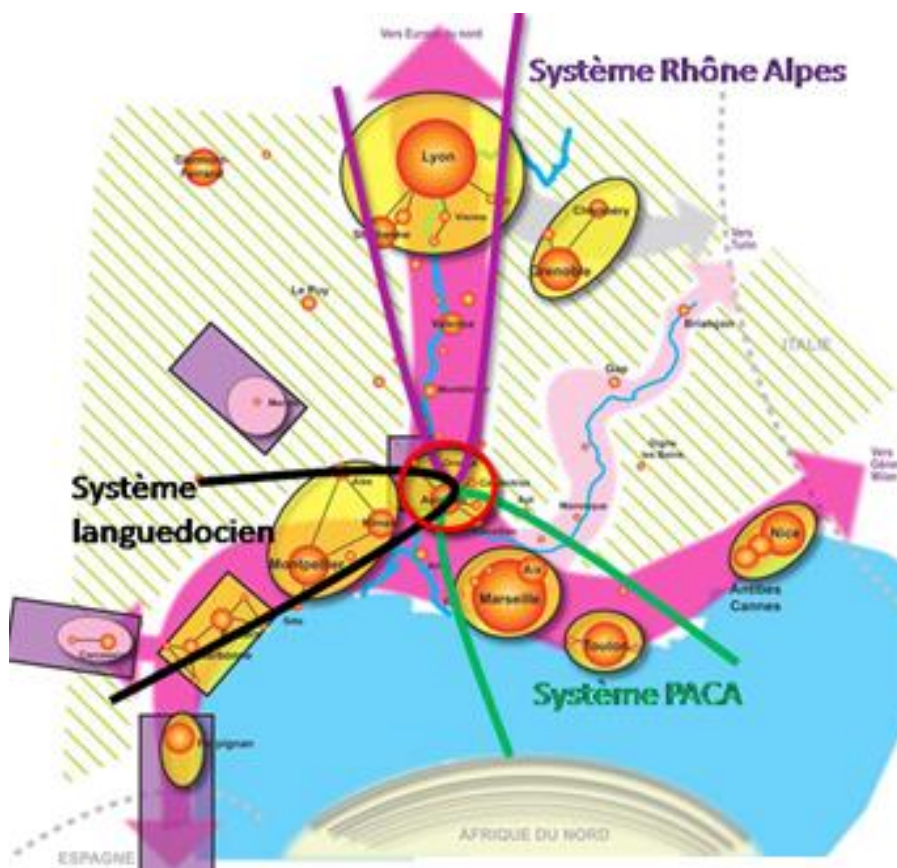
A.1 | Contexte communal

A.1.1 | Contexte géographique et démographique

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

Avignon bénéficie d'une position stratégique, à la croisée du couloir rhodanien et de l'arc méditerranéen, axes économiques majeurs à l'échelle nationale et européenne. A la jonction de deux régions, le territoire d'Avignon s'inscrit au sein d'un espace charnière, point d'articulation privilégié entre les deux branches du delta rhodanien (Marseille et Montpellier) et à une échelle plus large de l'Arc méditerranéen, l'Espagne et l'Italie.

Ville Préfecture de Vaucluse avec plus de **92 000 habitants**, organisée en Communauté d'Agglomération (Grand Avignon), la ville d'Avignon est comprise dans une **unité urbaine de 456 651 habitants** avec une aire urbaine sur 3 départements : le Vaucluse, les Bouches du Rhône et le Gard.



La ville d'Avignon dans son contexte élargi, source : PLU d'Avignon, rapport de présentation, Tome 1

A.1.2 | Contexte paysager et patrimonial

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

La commune d'Avignon est rattachée à l'unité paysagère le « couloir rhodanien » d'après l'Atlas des paysages. Ensermée à la confluence du Rhône et de la Durance, la cité des Papes marque la limite ouest du grand système agricole de plaine du Comtat Venaissin qui s'étend en rive gauche du fleuve.

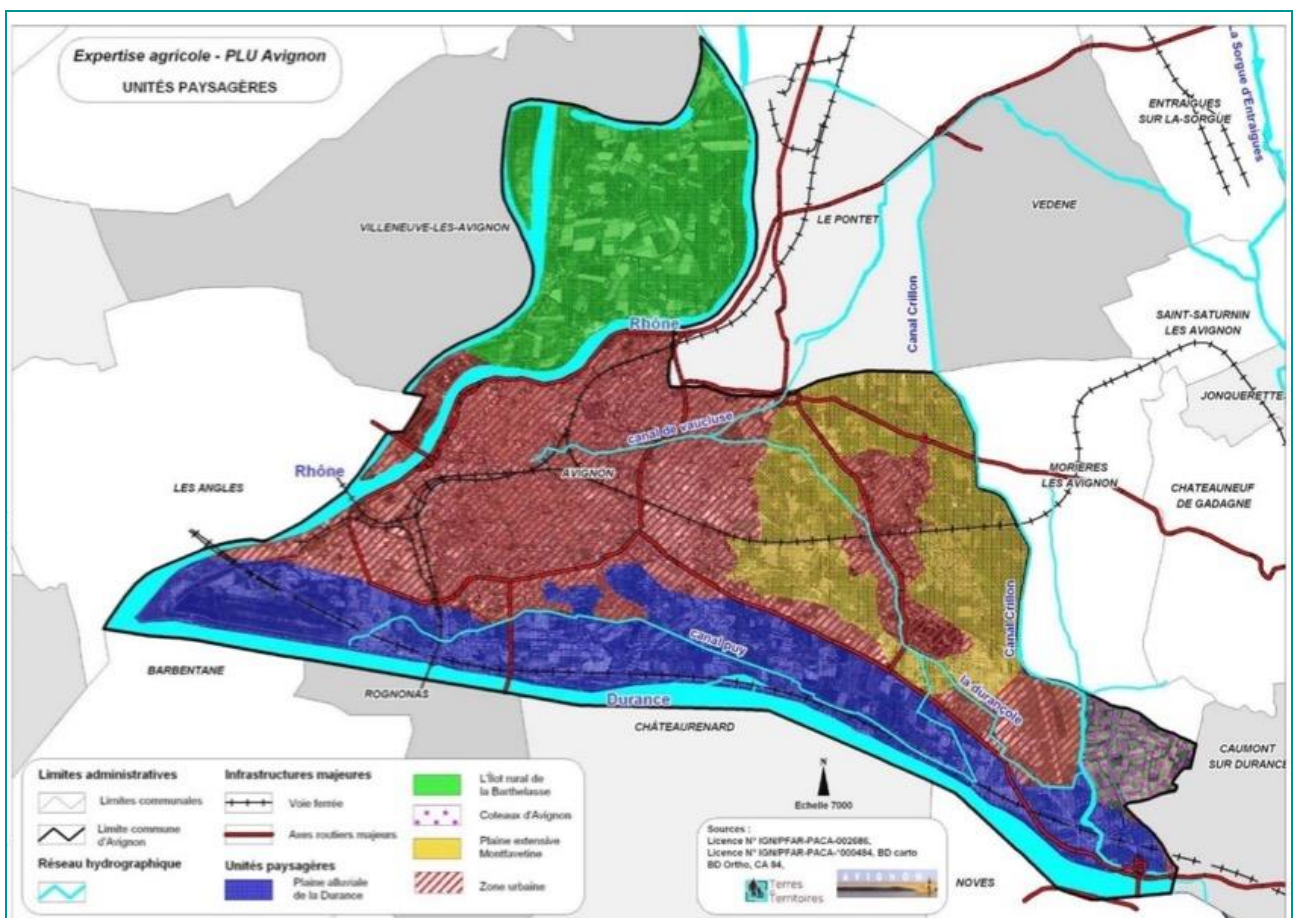
Cette étendue bocagère est rapidement barrée par d'importants reliefs et plateaux :

- à l'est : les dentelles de Montmirail, le Mont Ventoux, le Plateau de Vaucluse et la Montagne du Luberon;
- au sud : les Alpilles;
- à l'ouest : les prémices des Cévennes.

L'Atlas des Paysages est un document de connaissances partagée qui n'a pas de portée réglementaire. Il s'agit d'un état des lieux des paysages destiné à mieux comprendre le paysage et sa dynamique d'évolution.

Dans l'atlas des paysages du Vaucluse, la commune d'Avignon est rattachée à une unité paysagère : le "couloir rhodanien".

L'atlas des Paysages de Vaucluse a fait état des différentes unités paysagères d'Avignon. Sur la carte ci-dessous, on constate que la ville d'Avignon est séparée en 4 unités : l'îlot de la Barthelasse au nord composée de prairies et cultures, la zone urbaine au centre et qui s'étend à l'est complétée par la plaine de Montfavet et enfin la plaine alluviale de la Durance au Sud d'Avignon.



Les différentes unités paysagères d'Avignon, source : Ville d'Avignon, Expertise agricole et foncière complémentaire dans le cadre de la révision du PLU d'Avignon, 2009

Véritables pôles de vie, ces paysages du « quotidiens » doivent faire l'objet d'une attention particulière d'un point de vue de la qualité du cadre de vie et de l'image du territoire. En particulier au niveau des entrées de ville et zones commerciales où se concentrent généralement l'affichage publicitaire.

La Ville d'Avignon a une longue histoire urbaine. Le site d'Avignon a une position stratégique, celui de la confluence entre Rhône et Durance, une plaine limoneuse et fertile, en partie marécageuse, dont émerge un

bastion rocheux, le rocher des Doms. Ce site fluvial, composé d'une succession d'îles (la Barthelasse, la Motte, Piot), est pourvu d'une forte valeur écologique, paysagère et agricole.

Avignon concentre un patrimoine d'une grande richesse connu mondialement ainsi qu'un rayonnement national avec des événements d'envergure.

En effet, la ville est composée :

- du centre historique intra-muros, caractérisé par sa forte valeur patrimoniale,
- de grands édifices remarquables protégés (Monuments Historiques, sites inscrits et classés, Site Patrimonial Remarquable, Patrimoine mondial de l'UNESCO). Un PSMV couvre l'intégralité du Site Patrimonial Remarquable,
- du tour des remparts, entre la ceinture fortifiée et les emprises ferroviaires

Capitale de la Chrétienté au Moyen-âge, Avignon a gardé de son Histoire un patrimoine d'exception dont une grande partie est inscrite au Patrimoine Mondial de l'Unesco : le Palais des Papes et le Pont d'Avignon mais aussi la place du palais avec la façade baroque de l'hôtel des monnaies, le musée du Petit Palais et la cathédrale des Doms, ainsi que les remparts depuis le jardin des Doms jusqu'au Pont. Le site dispose d'un plan de gestion.

Un PSDMV est en place sur le centre-ville d'Avignon, au niveau de l'intramuros correspondant à la ceinture fortifiée du XIVème siècle au droit du terre-plein longeant les remparts à l'extérieur ainsi que les allées de l'Oulle et les bergers du fleuve jusqu'à l'eau

La commune d'Avignon comprend le périmètre du site classé : « Rue des Teinturiers à Avignon (sol, platanes, canal et roues) » et le site classé « place du Palais des Papes à Avignon – Promenade des Doms, son rocher et les rampes d'accès ».

De plus nous recensons aussi trois sites inscrits :

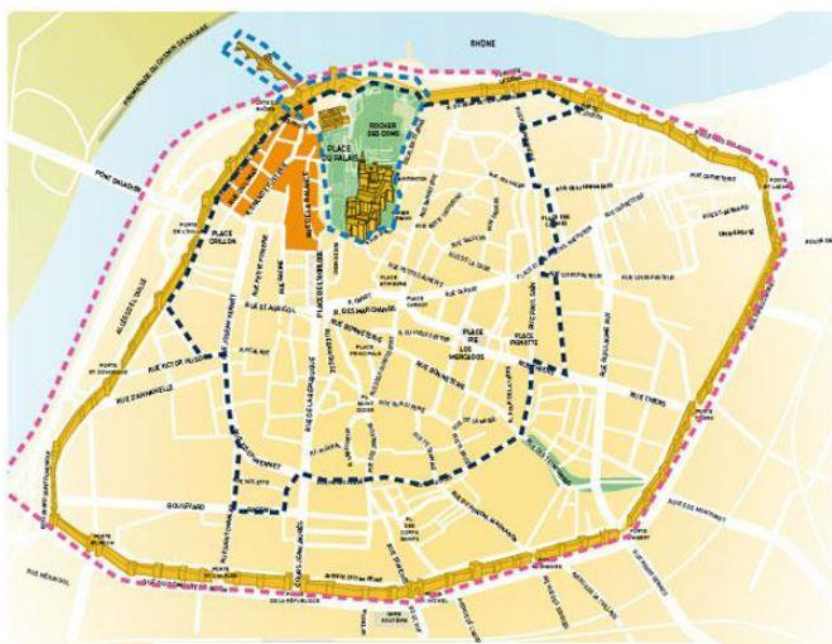
- « Partie de l'île de la Barthelasse »,
- « L'ensemble formé par les immeubles nus et bâtis situés entre les remparts et le Rhône »,
- « l'ensemble urbain de la rue de teintureries à Avignon »

Le territoire avignonnais compte 151 monuments historiques inscrits ou classés, en plus des protections liées aux sites inscrits et classés du centre intra-muros. Les principaux éléments de bâti classés au titre des monuments historiques sont :

- la cathédrale Notre-Dame des Doms - Eglise paroissiale St Pierre
- Palais des Papes – Chapelle et pont St Bénézet (liste de 1840) ;
- l'Eglise paroissiale Saint Agricole en totalité ... (arrêté du 11-06-1980) ;
- l'Eglise paroissiale Saint Didier (arrêté du 27-06-1983) ;
- l'Eglise Saint Martial (arrêté du 29-04-1991) ;
- l'Ancien couvent des Carmes (le cloître), (arrêté du 08-06-192) ;
- l'Ancien couvent de la Visitation aujourd'hui monastère du Saint-Sacrement (1988) ;
- l'Eglise paroissiale Notre-Dame de Bon Repos à Montfavet et Tour
- de l'ancien monastère de Montfavet (arrêté du 20-07-1908) ;
- les Restes de l'abbaye Saint Ruf (liste de 1889) ;
- l'Ancien couvent des Célestins (liste de 1862 et arrêté du 08-06-1914);
- la chapelle de l'ancien couvent de Saint Véran (arrêté du 24-06-1977) ;
- les Remparts dans leur intégralité (arrêté du 23-02-1906) ;
- la Chapelle des Pénitents Noirs de la Miséricorde, rue Banasterie (25-10- 1906) ;
- le palais du Roure (arrêté du 19-11-1941) ;
- l'hôtel de Slavati Palasse, (arrêté du 31-12-1984) ;
- l'ancienne Orangerie de l'hôtel Galéans des Issarts (arrêté du 27-08- 1986) ;
- l'hôtel de Montaigu, y compris le décor intérieur (arrêté du 08-09-1965) ;

- la chapelle de l'oratoire (arrêté du 02-05-1912) ;
- l'ancien hôtel de Villeneuve-Martignan (musée Calvet) (arrêté du 01-10- 1963) ;
- l'hôtel Bernard de Rascas (arrêtés des 21-04-1937 et 16-02-1967)
- l'ancien hôtel Calvet de la Palun (arrêté du 02-06-1927) ;
- le petit palais ou palais Jules II (arrêté du 08-01-1910) ;
- la Tour St-Jean-le-Vieux (arrêté du 24-04-1909) ;
- l'hôtel de Fortia de Montréal (arrêtés des 06-02-1954 et 01-07-1954) ;
- la« Maison du Roi René « (arrêté du 16-04-1975) ;
- chapelle Saint Charles et sa sacristie(arrêté du 22-03-1965) ;
- l'Hôtel de Caumont, 5, rue Violette (arrêté du 02-10-1964) ;
- l'Hôtel de Monery ou de Saint Priest ;
- la Synagogue d'Avignon, (arrêté MH.90- IMM 124 du 21-08-1990)
- Ancien établissement de bains Pommers (31-03-1992) ;
- Hôtel Azemar (dit Hôtel de Beaumont ou Hôtel de Teste);
- la Boutique du chapelier dite « Chapellerie Muret « (12-10-95) ;

De plus, la très grande richesse historique et préhistorique du territoire avignonnais se traduit par une **série de gisements archéologiques** qui ont tous fait l'objet de fouilles systématiques.

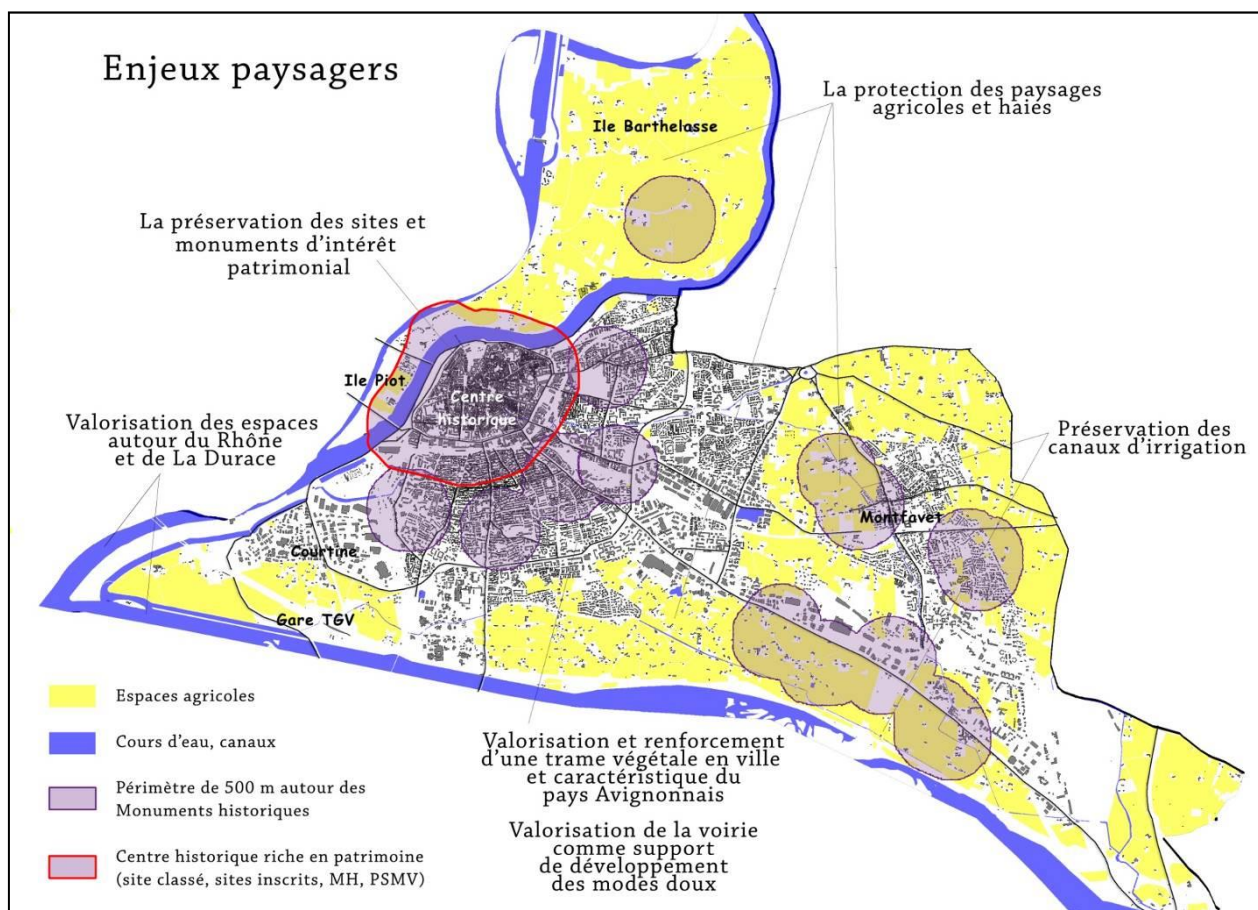


- Centre historique inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, 1995
- Périmètre du PMSV (arrêté ministériel du 16/09/1991)
- Site inscrit comprenant l'ensemble urbain à l'intérieur des remparts du XIe siècle (1996)
- Périmètre du Secteur Sauvegardé de La Balance (1964)
- Sites classés :
Place du Palais des Papes (1933)
Rue des Teinturiers (1932)

source : Mesures de protection du patrimoine sur la ville d'Avignon - Annexe 1, Etat initial de l'environnement - PLU d'Avignon,

Le centre intra et extra-muros d'Avignon constitue une centralité majeure du territoire avignonnais. C'est un pôle d'attractivité interdépartemental et interrégional notamment porté sur les secteurs d'activités associés au tourisme et à la culture.

La carte ci-dessous présente les différents enjeux paysagers avec notamment la protection des paysages agricoles et des haies, la préservation de canaux d'irrigation ou encore la préservation des sites et monuments d'intérêt patrimonial.



Source : Etat initial de l'environnement – Annexe 1 - PLU Avignon

L'ensemble des éléments de patrimoine est à intégrer dans les réflexions du RLP, au regard de l'impact que peut engendrer l'affichage publicitaire et des enseignes de faible qualité aux abords de ces monuments et ensembles bâtis.

A.1.3 | Contexte urbain

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

Contrainte par le Rhône à l'Ouest et la Durance au Sud, l'urbanisation du territoire communal d'Avignon s'est développée depuis le cœur historique vers la périphérie. Ce n'est qu'à partir de la fin de du XIXème siècle qu'Avignon s'est principalement développé extra-muros.

Cette évolution extra-muros s'est traduite par plusieurs phases d'extensions urbaines.

L'analyse du tissu urbain d'Avignon, croisant formes urbaines et bâties, densités et fonctions, a abouti à une division en six entités urbaines : le centre ancien, les faubourgs, les grands ensembles, les zones pavillonnaires, le village de Montfavet et les zones d'activités.

- **Le centre ancien intra-muros** : Développé dans l'Antiquité puis élargi au Moyen-âge, le centre ancien d'Avignon bénéficie d'une situation privilégiée en bordure du fleuve du Rhône.
- **Première Urbanisation extra-muros en lien avec le développement de la zone d'échange** : La première couronne témoigne de l'urbanisation extra-muros engagée au cours de la seconde moitié du XIXème siècle avec l'arrivée du chemin de fer et la construction de la gare d'Avignon-centre.

Développée de façon radioconcentrique autour de la cité médiévale et de la zone d'échange, cette première couronne urbaine s'étend des remparts jusqu'aux grands axes Sud et Est, à savoir : les boulevards Sud Jules Ferry, Jacques Monod, Sixte Isnard et de la Première Division Blindée qui forment une première liaison inter-radiale depuis les remparts, les avenues Est de Wetzlar et Jean Boccace. A l'intérieur de cette couronne, trois axes structurants, les avenues Pierre Sénard, Saint-Ruf et Monclar, assurent une fonction commerciale et de desserte qui se dilue en deuxième couronne.

- **Deuxième couronne marquée par une architecture avant/après-guerre** : Au Sud de la première couronne, des extensions suburbaines d'avant-guerre s'entremêlent à des groupes d'immeubles collectifs et des lotissements d'après-guerre formant ce que l'on peut appeler une « deuxième couronne ». Ce mélange donne un caractère beaucoup moins homogène à cette couronne qu'à la première.

Au début des années soixante, l'expansion démographique donne lieu à un habitat à dominante collective dense avec une trame urbaine différente, en rupture avec l'espace suburbain d'avant-guerre. C'est ainsi que s'organisa un espace bâti quasiment continu, le long de l'actuelle rocade Charles-de-Gaulle.

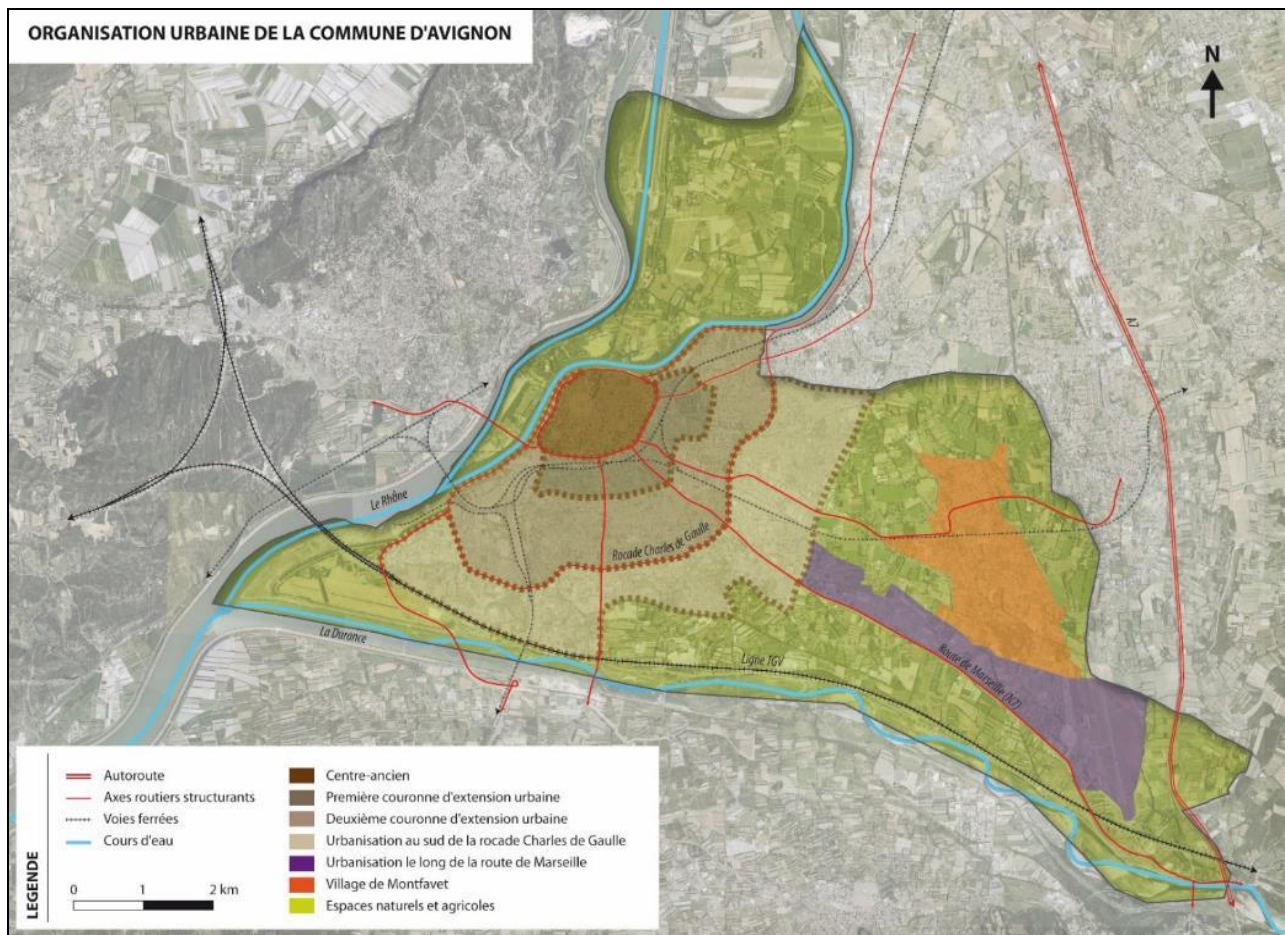
- **Troisième couronne en appui de la rocade Charles de Gaulle** : Développé au-delà de la rocade qui constitue une barrière physique et une coupure forte entre quartiers, ce secteur périphérique repose sur une hétérogénéité des formes urbaines et des fonctions. En rupture avec la deuxième couronne, l'urbanisation de ce secteur qui forme en quelque sorte la « troisième couronne » témoigne d'une extension plus récente sous forme de lotissements pavillonnaires et de ZAC à vocation d'activités.

Au contact des terres agricoles de la Durance et de Montfavet, ce secteur périphérique comprend de nouvelles zones de projet créées sous forme de ZAC (Avignon-Confluence et Joly-Jean) qui permettront de réaliser une greffe urbaine entre les différents quartiers déconnectés par les infrastructures de transport.

- **Secteur de la route de Marseille** : Prenant naissance au contact de l'autoroute A7 et de la route départementale D907 qui traverse la commune à son extrémité Est, la route de Marseille ou RN7 constitue la principale voie d'accès vers le centre d'Avignon depuis le sud.

Encore longée dans sa partie Sud par un ensemble de terrains agricoles, la partie Nord de la route de Marseille bordée par des équipements et des zones commerciales revêt un caractère plus artificiel. A partir de l'avenue de l'Amandier et au carrefour du Parc des Sports, la voie s'appelle l'avenue Pierre Sénard et devient davantage urbanisée : centre commercial de Cap Sud, puis habitat collectif de la Barbière et maisons de village des faubourgs longent cette voie.

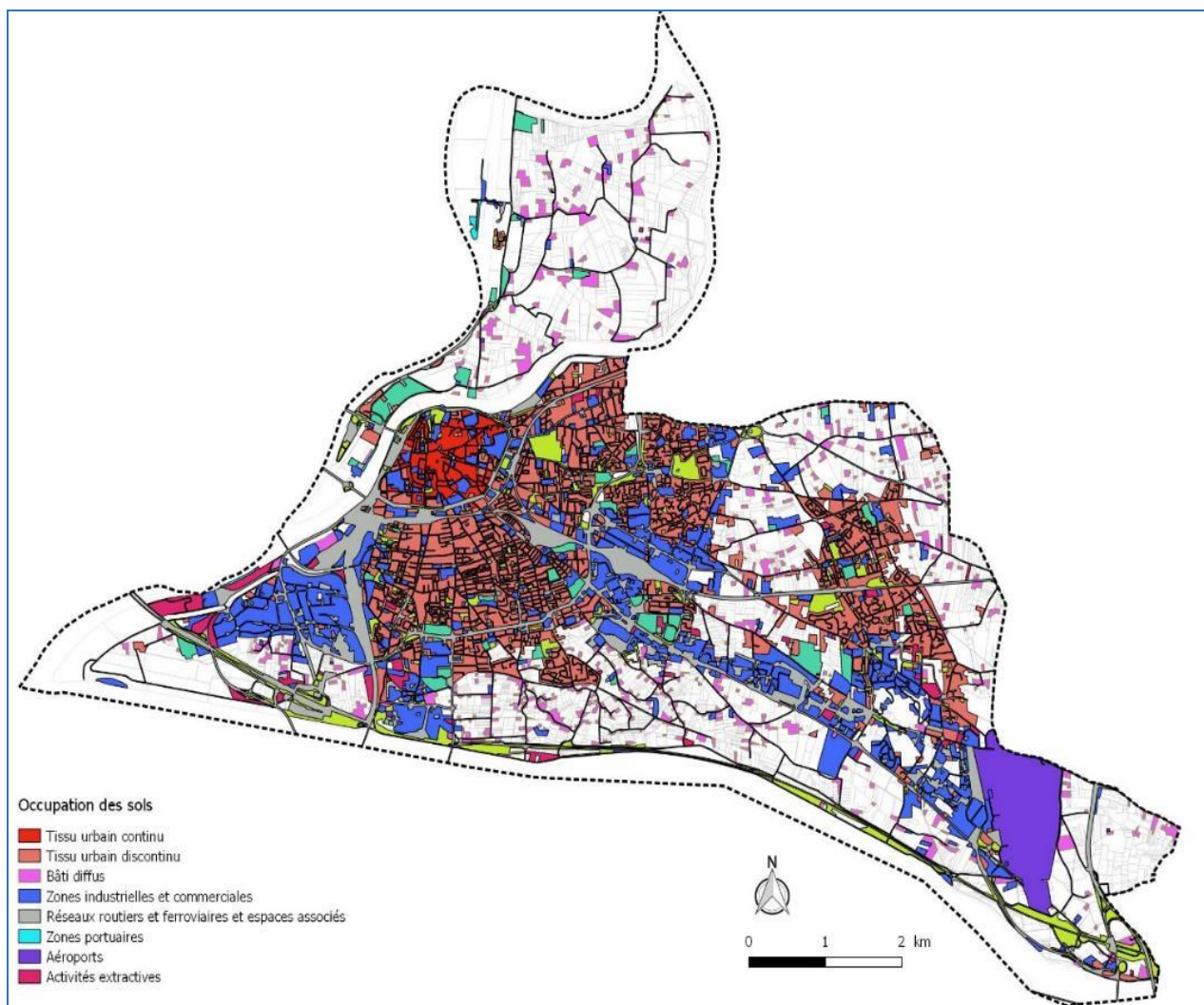
- **Montfavet** : Ancienne commune rattachée à Avignon à la fin du XVIIIème siècle, le village de Montfavet constitue un écart d'urbanisation distant d'environ 5 km du cœur de la cité médiévale. Disposant d'une dynamique propre, il présente un tissu à dominante pavillonnaire constitué autour du centre ancien et délimité par une « ceinture verte ».



Source : Diagnostic socio-économique et urbain - Annexe 2 – PLU Avignon

Les territoires artificialisés (53% de la commune) sont concentrés autour des noyaux urbains historiques (centre intra-muros d'Avignon et centre villageois de Montfavet) et des grands axes de communication (voies routières et voies ferrées). On peut ainsi distinguer principalement :

- Un tissu urbain continu au cœur du centre d'Avignon et de Montfavet ;
- Un tissu urbain discontinu en appui de ce dernier ;
- Des zones industrielles et commerciales à la fois au sein et en périphérie de ce tissu urbain ;
- Des zones portuaires le long du Rhône.



Source : Occupation des sols, Diagnostic socio-économique et urbain - Annexe 2 – PLU Avignon

Du fait d'une multitude de commerces et services, l'intra-muros comme l'extra-muros constitue une centralité urbaine commerciale majeure d'Avignon.

A.1.4 | Contexte viaire

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

A.1.4.1 | Le réseau du territoire

Le noyau historique repose sur un maillage viaire radioconcentrique dont le point de convergence est l'ensemble formé par le Palais des Papes, l'Hôtel de Ville et la place de l'Horloge. A partir de cette place, les rues étroites se dirigent vers les principales portes des remparts. Malgré la ceinture fortifiée qui marque une coupure nette avec les extensions urbaines extra-muros, ces portes médiévales ou percées au cours du XIX et XXème siècle assurent ensuite la liaison vers les boulevards périphériques.

Un maillage viaire structuré autour de pénétrantes urbaines :

Le territoire d'Avignon est accessible à partir de plusieurs grands axes routiers structurants :

- Depuis le Sud via la RN7 (ou route de Marseille), la RN570 (ou avenue de Tarascon) et la RN100 qui franchissent la Durance en provenance de Noves, Rognonas et Barbentane ;

- Depuis l'Ouest via la RN100 (pont de l'Europe) et la RD6580 (pont Daladier) qui franchissent le Rhône en provenance des Angles et de Villeneuve-Lès-Avignon ;
- Depuis le Nord via la RD225 en provenance du Pontet ;
- Depuis l'Est via la RD901 en provenance de Morières-Lès-Avignon.

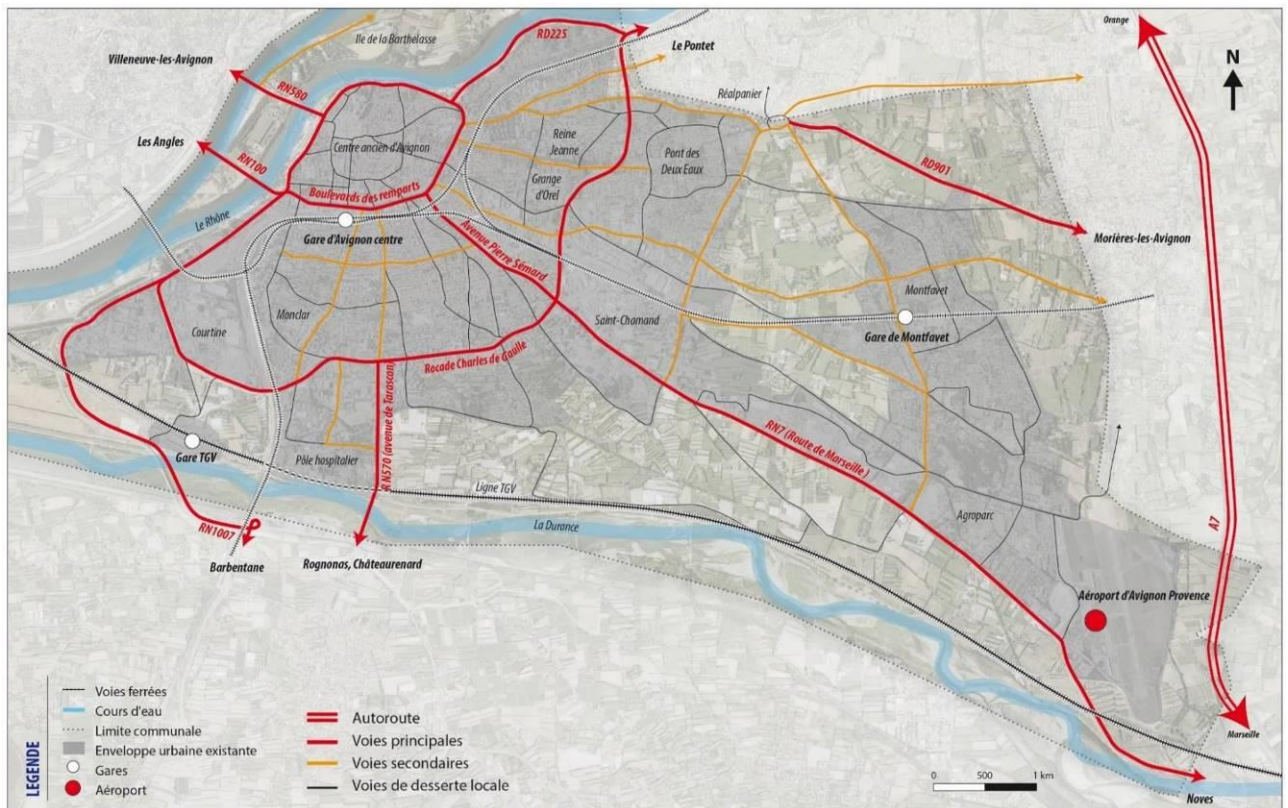
NB: Supportant un trafic quotidien de 78 000 véhicules en 2015, la RD225 est la pénétrante urbaine la plus importante devant la RN7 avec 44 000 véhicules/jour et la RN100 avec 53 000 véhicules.

Principales portes d'entrée de l'agglomération, ces axes se connectent ensuite à la rocade Charles de Gaulle qui contourne les quartiers Sud et Est, à l'avenue Pierre Séward qui conduit au centre d'Avignon et aux boulevards des remparts. Ces derniers sont également à des axes majeurs en termes de trafic, supportant une circulation variant de 34 000 à 52 000 véhicules par jour sur la rocade, et entre 21 000 à 56 000 véhicules par jour sur les remparts.

Un réseau secondaire très développé :

Ce maillage viaire est complété par une série de routes départementales et d'avenues qui jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement de la commune en irriguant chaque quartier :

- La rue Raoul Follereau puis le chemin du Lavarin qui desservent le pôle hospitalier et le campus universitaire des quartiers Sud ;
- L'avenue Saint-Ruf, l'avenue Monclar et les boulevards transversaux (les boulevards Jules Ferry, Jacques Monod, Sixte Isnard et de la Première Division Blindée) qui assurent la desserte des grands ensembles et des faubourgs depuis la rocade Charles de Gaulle jusqu'aux boulevards des remparts ;
- La route de Montfavet puis l'avenue d'Avignon, et la RD58 (ou avenue Sainte-Catherine) qui relie Montfavet aux quartiers Est ;
- L'avenue de la Folie qui traverse les quartiers Est depuis les boulevards des remparts et au-delà de la rocade Charles de Gaulle pour desservir notamment Grange d'Orel, Reine Jeanne et Pont des Deux Eaux ;
- La route de Lyon, ancienne entrée de ville, et la route de Morières qui relie l'intra-muros à la commune du Pontet et à la zone commerciale du Réalpanier ;
- La RD28 qui relie le carrefour du Réalpanier à Morières ;
- La RD239 (ou avenue de l'Amandier) qui longe les quartiers Est en limite des foins de Montfavet depuis la route de Marseille jusqu'au carrefour de Réalpanier ;
- La voie pénétrante de Montfavet (avenue des Aulnes/cours des Frères Folcoaud/cours Cardinal Bertrand de Montfavet) ;
- La RD228 qui dessert l'île de la Barthelasse.



Source : Hiérarchisation du réseau routier - Diagnostic socio-économique et urbain - Annexe 2 – PLU Avignon

A.1.4.2 | Voie ferrée et gare

Implantées autour de ces axes, trois gares ouvertes au trafic de voyageurs assurent la desserte d'Avignon :

- La gare d'Avignon Centre (1,8 million de voyageurs en 2013) accueillant principalement le trafic TER en provenance de Marseille, Nîmes-Montpellier et Lyon, certains TGV Paris-Miramas et également des trains inter-cités de nuit (ligne Strasbourg — Nice). Un pôle d'échanges Multimodal (PEM) est également présent.
- La gare d'Avignon TGV (3 millions de voyageurs en 2013) connectée depuis décembre 2013 à la gare d'Avignon Centre grâce à la Virgule, nouvelle liaison ferroviaire permet de relier la ville directement à plusieurs grandes métropoles comme Lyon; Marseille ou Montpellier...
- La gare périurbaine de Montfavet (23 178 voyageurs en 2013) desservit par la ligne TER Avignon — Cavailon — Marseille.

Les gares TGV et TER d'Avignon constituent des portes d'entrée majeures du territoire. La perception du paysage depuis ces nœuds de fréquentation constitue un des enjeux du RLP.

A.1.4.3 | Les projets

En 2015, le Grand Avignon a lancé la mise en place d'un projet d'amélioration du réseau de transport urbain s'articulant autour de deux projets structurants :

- L'aménagement d'un tramway-TCSP (Transport en Commun en Site Propre) comprenant un itinéraire d'environ 5 km et 10 stations entre la Porte Saint-Roch et Saint-Chamond via la gare d'Avignon Centre ;
- L'aménagement de deux lignes de bus « haute fréquence » Avignon Nord/Hôpital-Courtine, et Saint-Lazare/Agroparc, s'organisant sur des couloirs dédiés sur une partie du tracé.

Commencés en octobre 2016, les travaux du tramway sont scindés en 3 phases. Ils se poursuivent jusqu'à l'horizon 2025. Ils comprennent :

- Le prolongement de la ligne de tramway initiale vers l'île Piot d'une part et à plus long terme vers Saint Lazare
- Une deuxième ligne reliant le Pontet à l'île Piot avec un débranchement vers Réalpanier.

La voiture individuelle est encore aujourd'hui le mode de déplacement le plus utilisé sur le territoire, ce qui a influencé l'organisation de l'affichage publicitaire (multiplicité de dispositifs sur les axes routiers). Au regard des évolutions structurelles attendues par rapport au développement des modes de déplacements alternatifs, la perception du paysage et de l'affichage publicitaire des axes de déplacements constitue un des enjeux majeurs du RLP.

Une attention devra donc être portée sur :

- Les entrées de territoire en sortie d'autoroute ;
- Les axes de flux quotidiens majeurs ;
- Les axes touristiques.

A.1.5 | Contexte économique

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

A.1.5.1 | La structure économique du territoire

Comme sur la plupart des territoires de comparaison le secteur tertiaire (administration publique, enseignement, santé, action sociale et commerce – transports - services) domine le paysage économique local. Le secteur tertiaire, et plus particulièrement les commerces et services divers, représente ainsi 88% des emplois d'Avignon en 2017, soit plus de 49 887 emplois.

Les emplois liés au commerce, aux transports et aux activités financières sont les plus nombreux. Les pôles principaux de services tels que la santé, l'administration publique, et l'éducation arrivent en suivant. Les services aux entreprises, intégrant la recherche, les télécommunications, les services opérationnels, représentent aussi un volant d'emplois non négligeable.

Le tissu économique avignonnais s'appuie sur plusieurs secteurs d'activités dont le tourisme. C'est un pourvoyeur d'emplois qui contribue à distinguer le territoire. Avec des manifestations qui s'échelonnent tout au long de l'année (Festival d'Avignon, Cheval Passion, ...), Avignon affiche de ce point de vue des fluctuations saisonnières moins marquées que la plupart des zones touristiques de la région.

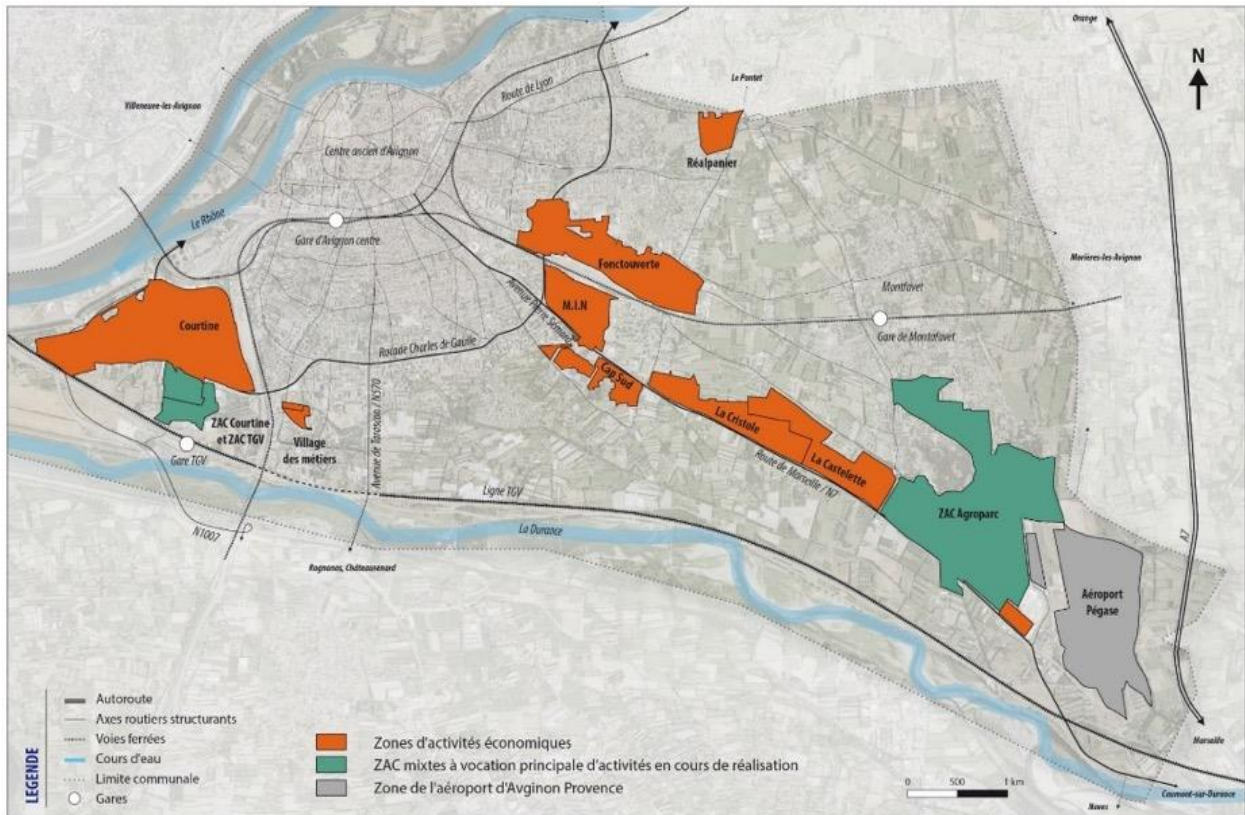
En termes d'espaces d'accueil des entreprises trois zones d'implantation majeures se dégagent :

- Les zones de dimension nationale ou internationale : Centre d'affaire de la Gare TGV, Pôle de compétitivité dans la filière « fruits et légumes » d'Agroparc, Pégase et Terralia ;
- Les zones de dimension locale ou régionale (Courtine, Fontcouverte) et les centres commerciaux (Cristole, Cap Sud, Mistral7) ;
- L'attractivité de l'intra-muros avec toutes ses fonctions administratives et ses nombreux commerces et services.

En raison de son statut de « ville capitale » du département, le secteur public représente une part importante de l'emploi. Avec 66% d'établissements dans la sphère présentielle, on constate que l'économie d'Avignon a vocation principale à répondre aux besoins locaux.

A.1.5.2 | Les zones d'activités

La ville d'Avignon comprend 8 zones d'activités économiques et 2 ZAC mixtes à vocation principale d'activité en cours de réalisation. Une zone spécifique est identifiée pour l'aéroport d'Avignon Provence. Ces vastes zones d'activités sont occupées à plus de 80% :



Source : les différentes zones d'activités économiques d'Avignon, Diagnostic socio-économique et urbain - Annexe 2 – PLU Avignon

La ZAC de Courtine

Créée en 1972, la zone d'activités de la Courtine (ZAC Courtine I à IV) couvre à ce jour près de 155 ha. Située face à la gare TGV qui accueille près de 3 millions de voyageurs, elle est un point d'entrée économique de l'agglomération.

Il s'agit d'un parc multi-activités (transport, BTP, tri postal, agro-alimentaire, tertiaire dont l'implantation de Carrefour) qui regroupe près de 350 entreprises et environ 5 000 emplois salariés.

Le projet urbain d'Avignon-Confluence porté par la Communauté d'Agglomération du Grand Avignon et la ville d'Avignon prévoit la création d'un nouveau quartier, symbole de la modernité urbaine.

Ainsi, identifié comme site d'intérêt métropolitain à l'échelle du SCoT, Avignon-confluence (site de Courtine), a vocation à devenir une nouvelle centralité urbaine à l'échelle de l'agglomération.

L'ambition est d'aménager un quartier d'exception, novateur, articulé autour du pôle d'échange de la gare TGV. Il constituera un point d'ancrage privilégié pour les activités d'excellence à fort rayonnement.

La ZAC du pôle technologique – Agroparc :

La ZAC du Pôle Technologique d'Agroparc a été créée par délibération du Conseil Municipal en 1987 avec pour objectif de réunir des industriels, des universitaires et des chercheurs spécialistes des technologies de pointe,

dans un même environnement de haute qualité. Elle se développe sur une superficie totale de 200 ha dont 80% sont occupés.

Le Pôle d'Agroparc rassemble aujourd'hui 505 établissements (dont 60 commerciaux), 3 850 emplois environ, des centres de recherche et a vu l'implantation de sièges sociaux d'entreprises d'envergure internationale telles que Lafarge Plâtres, Naturex Mc Cormik.

Ce pôle est par ailleurs labellisé « Pôle de compétitivité » dans la filière Fruits et Légumes (Terralia). Il a été retenu en 2005 comme l'un des 67 « pôles de compétitivité » en France.

La zone comprend également le Technopôle aéronautique Pégase de l'aéroport d'Avignon-Provence qui a aussi été labellisé « Pôle de Compétitivité » dans le domaine aéronautique.

À travers sa stratégie économique, le Grand Avignon entend poursuivre l'aménagement et la commercialisation d'Agroparc en réaffirmant sa vocation de Technopôle de l'Intelligence Alimentaire. Environ 200 000 m² de surface de plancher restent à commercialiser et des projets d'immobilier d'entreprises portés par l'aménageur Citadis sont en cours de réalisation ou à l'étude, et accompagnés par la collectivité.

Les ZAC de la Cristole, Cap Sud et la Castelette :

Ces trois ZAC sont situées le long de la RN7 en prolongement d'Agroparc.

La zone d'activités commerciale de Cap Sud (Casino, Multiplex, village de l'automobile) s'étend sur 30 ha. Enfin, la zone d'activités commerciale de La Castelette dans le prolongement de Cristole et Croix de Noves est à dominante de commerces et de services.

La zone d'activités de Fontcouverte et le Marché d'Intérêt National (MIN) :

La zone d'activités de Fontcouverte est l'une des plus anciennes d'Avignon (création janvier 1970). Elle comporte à la fois de grandes entreprises industrielles, de l'artisanat et de nombreuses surfaces commerciales spécialisées. Elle s'est développée progressivement d'Ouest en Est le long de la route de Montfavet et, est devenue une vitrine commerciale importante pour le territoire. Créé en 1960 et couvrant une surface de 35 ha, le Marché d'Intérêt National (MIN) d'Avignon est orienté principalement vers l'agro-alimentaire de la logistique et des services.

La ZAC de Réalpanier :

La zone d'activités commerciales et artisanales de Réalpanier s'étend sur 2 ha et accueille une quinzaine d'entreprises (entreprises dont le marché est orienté vers le Nord du département).

Les zones d'activités à vocation tertiaire/industrielles regroupent plutôt des enjeux relatifs aux enseignes et à la signalétique type préenseignes.

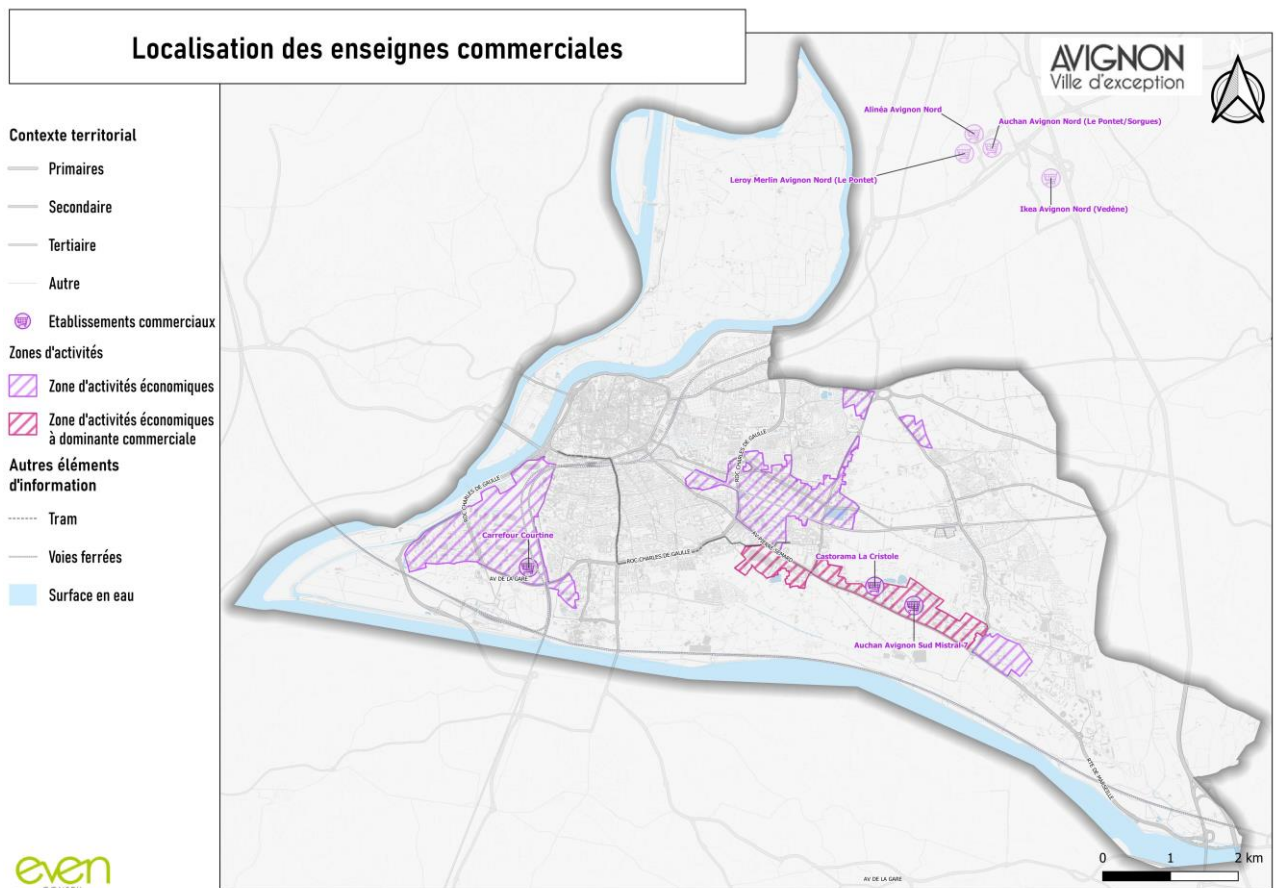
A.1.5.3 | Le tissu commercial

Avec près de 3 400 établissements commerciaux, Avignon constitue la commune qui regroupe le plus grand nombre de commerces de l'aire urbaine d'Avignon : près de la moitié est localisée dans l'intra-muros et autour des remparts.

D'envergure régionale au vu de la densité commerciale, le pôle avignonnais se caractérise avant tout par sa configuration marquée par un pôle commercial central (intra-muros et péri-centre) essentiellement spécialisé dans l'équipement de la personne et l'alimentaire, entouré par 7 grands établissements commerciaux.

7 grands établissements commerciaux :

- Auchan Avignon Nord (Le Pontet/Sorgues) : 17 900 m² ;
- Ikea Avignon Nord (Vedène) : 17 340 m² ;
- Leroy Merlin Avignon Nord (Le Pontet) : 15 000 m² ;
- Auchan - Mistral 7 (Avignon) : 10 890 m² ;
- Alinéa Avignon Nord (Le Pontet) : 9 000 m² ;
- Castorama La Cristole (Avignon) : 8 700 m² ;
- Carrefour Courtine (Avignon) : 8 500 m².



Principaux pôles commerciaux avignonnais :

- Intra-muros

Le centre d'Avignon concentre majoritairement de petites entreprises, mais dont le volume total en font un pôle majeur du territoire en termes d'attractivité, de chalandise et d'emplois.

« Plus de 1 500 commerces sont toujours localisés intra-muros à Avignon, ce qui représente environ la moitié des commerçants du Grand Avignon ».



- Cap Sud

La zone s'organise autour du centre commercial de Géant Casino avec des galeries marchandes, auxquelles s'ajoutent quelques enseignes dissociées.

Le centre commercial a ouvert ses portes au public pour la première fois en 1973. En 1993, l'extension du centre a étendu la surface de vente de plus de 20 000 m².

En 2004, le Centre commercial a fait l'objet d'une rénovation complète et est desservi par le tramway

- La Castelette

La zone est organisée autour du centre commercial Mistral 7, avec un secteur plus spécifiquement dédié à l'équipement de la maison (Clos de la Cristole).

La zone commerciale bénéficie d'un effet vitrine sur la route de Marseille



- La Cristole

A proximité immédiate de la ZAC de Bel Air et dans le prolongement de la Castelette, la zone de la Cristole connaît un turn over important et compte encore plusieurs friches commerciales.

- La Courtine

Située à la périphérie Sud-Ouest d'Avignon et à proximité de la Gare TGV, la zone développe une offre vestimentaire groupée au sein de la galerie marchande de Carrefour, et propose une offre de restauration de proximité.

- Avignon Nord

Le secteur commercial se développe au Nord d'Avignon, notamment sur la commune du Pontet.

Premier pôle du territoire, Avignon Nord est qualifié de pôle métropolitain et constitue une zone de chalandise interrégionale.

En 2010, la création de l'ensemble Buld'air – Ikea est venu renforcer l'offre commerciale de cette zone.

Les espaces à vocation commerciales ou mixte, regroupent des enjeux relatifs à l'affichage publicitaire, aux pré enseignes et aux enseignes, et constituent un des enjeux du RLP, qui plus est dans un contexte où le territoire se trouve en « suréquipement commercial » comme présenté dans le PLU. L'enjeu délivré par le SCoT BVA est d'encadrer d'avantage le développement spatial et l'aménagement du tissu commercial, en veillant notamment à une plus grande prise en compte de la qualité urbaine, architecturale et paysagère de ces implantations.

A.1.5.4 | Le tourisme

Le tourisme sur Avignon est un secteur économique important avec un chiffre d'affaires global estimé à 450 millions d'euros et un taux d'emploi s'élevant à 3,6% contre respectivement 1,1 milliard et 3,5% à l'échelle du Vaucluse.

Capitale du monde chrétien au Moyen-âge, Avignon en a hérité un patrimoine hors du commun : le Palais des Papes, le « pont d'Avignon », les remparts classés patrimoine mondial par l'UNESCO. En 2014, le Palais des Papes a enregistré 611 836 visiteurs et le Pont d'Avignon 384 842.

La richesse du patrimoine avignonnais est représentée par les 151 édifices classés dont les plus prestigieux le sont auprès de l'UNESCO ainsi que le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) d'Avignon de l'intra-muros.

Avignon est aussi célèbre pour les grandes manifestations qui ponctuent les saisons : Cheval passion en janvier, les Hivernales de la danse en février, Le Festival d'Avignon en juillet qui est la plus importante manifestation de théâtre et de spectacle vivant du monde, par le nombre de créations et de spectateurs réunis.

Le tourisme fluvial est également important et en expansion. Le Rhône est une source économique de plus en plus importante dans une ville qui veut se tourner vers un tourisme harmonieux, durable et éthique répondant aux aspirations d'une clientèle en quête de nature. Pas moins de 170 000 croisiéristes sont passés en 2014 dans la cité des papes.

De plus, Avignon fixe à horizon 2030 une stratégie touristique durable, visant à protéger sa richesse patrimoniale, à préserver le cadre de vie local, et à diversifier l'offre de tourisme. En ce sens, cela donnerait lieu à de nouveaux projets tel que : le développement de la mobilité douce, de secteurs piétonniers en centre-ville, création de nouveaux parcs et jardins remarquables, l'incitation à la consommation locale, le développement de marchés de producteurs et la sensibilisation à la biodiversité.

L'enjeu touristique via la richesse patrimoniale de la ville d'Avignon constitue un élément important du RLP d'Avignon. Ces espaces comptent également des enjeux de visibilité (enseignes, préenseignes, publicité...).

De plus, la mise en place de la stratégie de développement du tourisme durable représente une opportunité de repenser les besoins en termes de visibilités du territoire (promotion de produits locaux, sobriété, sensibilisation...), ce qui constitue un des enjeux du RLP.

A.1.5.5 | L'agriculture

En 2017, l'agriculture représentait moins de 1% des emplois, part similaire à celle recensée en 2012, et à l'échelle intercommunale. Avignon concentre cependant à elle seule 49% des emplois agricoles de la communauté d'agglomération du Grand Avignon.

La commune d'Avignon concentre une véritable diversité sur le plan des productions agricoles puisqu'on y retrouve la plupart des cultures présentes en Vaucluse : maraîchage, arboriculture, élevage, viticulture...

Les zones agricoles situées hors agglomération sont concernées par l'interdiction de publicité. Seules les activités dérogatoires peuvent installer certains dispositifs.

A.1.6 | Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU, zoom sur les ambitions en lien avec le RLP

Source : PADD du PLU

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durable comprend 4 orientations :

- Renforcer l'attractivité et le rayonnement d'Avignon : s'affirmer comme centralité du Delta Rhodanien
- Avignon dans une nouvelle dynamique urbaine : conjuguer héritage et invention de la ville de demain
- Réussir la transition urbaine en s'appuyant sur les richesses naturelles et les ressources d'Avignon : vers une ville méditerranéenne durable
- Construire une ville apaisée et des proximités

Il affiche les objectifs politiques d'aménagement du territoire et d'urbanisme que se fixent les élus à l'horizon d'une dizaine d'années.

Le PADD du PLU contient un certain nombre d'orientations à prendre en compte dans les choix relatifs au règlement local de la publicité : protection du patrimoine et des paysages, valorisation des entrées de ville ou espaces publics, développement économique (engendrant des besoins en matière de signalétiques...).

Ci-dessous les extraits du PADD concernés :

ORIENTATION 1. RENFORCER L'ATTRACTIVITE ET LA RAYONNEMENT D'AVIGNON : S'AFFIRMER COMME CENTRALITE DU DELTA RHODANIEN

1.1 | ENTRE POSITIONNEMENT STRATEGIQUE ET NOTORIETE INTERNATIONALE : CONFIRMER LA DESTINATION ET « L'IMAGE DE MARQUE » D'AVIGNON

Pour cela, le projet communal doit s'appuyer sur les atouts historiques de la ville qui jouit d'une notoriété mondiale, construite notamment autour de son patrimoine et de son festival de théâtre. Enfin, il doit accompagner les efforts de requalification de l'intra-muros, coeur symbolique et vivant du bassin de vie.

La revitalisation de l'intra-muros ainsi que des quartiers environnants est une priorité et nécessite une approche globale combinant plusieurs leviers d'actions : diversification et animation commerciales, qualité des espaces publics, accessibilité, habitat, sécurité, propreté, services, politique immobilière et foncière...

1.5. | SE DONNER LES MOYENS D'ACCUEILLIR LES ENTREPRISES ET DE LEUR OFFRIR DES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE QUALITE

Afin d'accompagner la dynamique démographique, la ville d'Avignon doit également conforter son rôle de pôle d'emplois majeur du bassin de vie.

Le PLU définit notamment les objectifs en matière de conditions d'accueil, de développement numérique et de communication électronique

Pour cela, il se doit de :

- Assurer les conditions de maintien et de renouvellement des activités existantes ;
- Faciliter l'accueil de nouvelles activités (être en capacité de saisir les opportunités), notamment au niveau du technopôle (Agroparc et Pégase) et d'Avignon Confluence (autour de la gare TGV) ; communications électroniques.

- Favoriser la mutation (diversification) et la densification des zones d'activités et secteurs économiques (la Cristole, secteur Eisenhower, Courtine, Cap Sud) ;
- Assurer un bon niveau de qualité et de services dans l'aménagement des zones d'activités et grands pôles d'activités et d'équipements, notamment en ce qui concerne leur intégration et leurs liens avec le tissu urbain environnant, mais également en termes d'équipement numérique et de services offerts (restauration, crèche d'entreprise et divers services collectifs...).

1.6. | ORGANISER ET STRUCTURER L'ACCUEIL DES ACTIVITES POUR UNE MEILLEURE LISIBILITE

- Intra-Muros : maintenir les activités et poursuivre la dynamique de revitalisation du centre-ville (commerces, artisanat, services, notamment liés à la santé et à la petite enfance, activités créatives...);
- Certains axes structurants (notamment le tour des remparts, l'avenue St-Ruf, la route de Lyon, la route de Montfavet, l'avenue Pierre Sépard, l'avenue Monclar, l'avenue Eisenhower et le Cours Cardinal Bertrand de Montfavet) : maintien et développement de rez-de-chaussée animés (commerces, activités, équipements...) participant à la vie de quartier ;
- Quartiers prioritaires (NPRNU) : espaces privilégiés pour localiser des activités notamment tertiaires et commerciales ;
- Centre de vie d'Avignon Technopôle : maintien des commerces, services et activités essentiels à l'animation de ce pôle économique ;
- Secteurs de mutation : renouvellement urbain, requalification et mutation favorisés de certains secteurs (La Cristole et Eisenhower) vers des secteurs mixtes conciliant économie et habitat.
- Maintien des espaces économiques dédiés, nécessaires à d'autres activités
- Maintien et développement de grands pôles d'activités et d'équipements, qui sont pour certains des vitrines économiques de la commune, de Grand Avignon et du bassin de vie
- Restauration d'une qualité urbaine, paysagère et environnementale des zones d'activités économiques et grands pôles d'équipements et d'activités

ORIENTATION 2. AVIGNON DANS UNE NOUVELLE DYNAMIQUE URBAINE : CONJUGUER HERITAGE ET INVENTION DE LA VILLE DE DEMAIN

2.1 | LA « VILLE CŒUR » : FAIRE VIVRE LE PATRIMOINE REMARQUABLE ET EMBLEMATIQUE

2.1.1 | L'intra-Muros : un centre-ville vivant et animé

L'objectif est de Promouvoir un centre-ville vivant, animé et qui regagne des habitants permanents, en valorisant notamment la qualité urbaine et l'ambiance de quartier de certains secteurs de l'intramuros.

2.1.2 | Le « Tour des remparts » : ouverture, mixité et intensification urbaines pour une meilleure cohésion avec l'intra-muros

A travers le PLU, il s'agira également d'étendre les exigences de qualité urbaine au-delà de l'intra-muros et en particulier au niveau du « tour des remparts ». Le PLU vise à développer son rôle d'interface entre l'intra-muros et les faubourgs, à valoriser son positionnement de « vitrine » de la ville.

2.2 | LA « VILLE FAUBOURG » : UNE IDENTITE FORTE A PRESERVER

Le tissu des faubourgs est typique de la ville d'Avignon. Son développement doit être encadré afin de maintenir ses spécificités.

2.3 | LA « VILLE EN FABRICATION » : ORGANISER SON DEVENIR

2.3.1 | Réussir la rénovation et l'intégration urbaines des quartiers prioritaires de la politique de la ville

Le PLU doit permettre une meilleure insertion des constructions dans leur environnement et de retrouver une certaine lisibilité urbaine et qualité du cadre de vie des quartiers.

2.3.2 | S'appuyer sur des projets urbains exemplaires

Leur aménagement sera l'occasion de créer des espaces publics généreux organisés autour de centralités et d'améliorer les liaisons avec les tissus bâtis et les espaces naturels environnants.

2.4 | STRUCTURER LES ENTREES DE VILLE ET LES AGRAFES ENTRE LES ENTITES URBAINES : LA « VILLE EN MOUVEMENT »

2.4.1 | Les entrées de ville / pénétrantes urbaines

Un des objectifs poursuivis pour ces secteurs est d'intégrer dans chaque nouvel aménagement les grandes valeurs paysagères d'Avignon (canaux, grands paysages, trame arborée et agricole...).

Il s'agira en particulier pour certains d'entre eux de recréer un paysage d'entrées de ville.

2.4.2 | Les secteurs de mutation et de renouveau urbain

Le PLU vise leur restructuration afin de tendre vers une plus grande qualité urbaine et architecturale, une meilleure lisibilité et structuration perçues depuis l'espace public.

2.4.4 | Les lieux de respiration

Ces lieux sont essentiels pour accompagner au mieux l'évolution et l'intensification de la ville dans l'esprit de construction d'une ville apaisée et de proximité.

ORIENTATION 3. RÉUSSIR LA TRANSITION URBAINE EN S'APPUYANT SUR LES RICHESSES NATURELLES ET LES RESSOURCES D'AVIGNON : VERS UNE VILLE MÉDITERRANÉENNE DURABLE

3.1 | LE PAYSAGE ET LES ÉLÉMENTS NATURELS COMME FIL CONDUCTEUR DU PROJET DE TERRITOIRE

3.1.1 | Préserver les grandes entités paysagères enserrant la ville : fenêtres privilégiées vers le grand paysage et supports majeurs de biodiversité

L'un des objectifs poursuivis est de pouvoir mieux profiter de certains paysages aux abords de la ville

Le PLU s'attachera également à traiter qualitativement l'interface des zones bâties avec les espaces agricoles et naturels

3.1.2 | Renforcer la présence de la nature en ville : les composantes naturelles comme trames de l'aménagement urbain

le PLU s'attachera à renforcer la présence de la nature en ville, en s'appuyant sur les composantes naturelles caractéristiques du territoire, son «ossature» paysagère et géographique.

ORIENTATION 4. CONSTRUIRE UNE VILLE APAISÉE ET DES PROXIMITÉS

4.1 | Trouver un nouvel équilibre commercial au profit de l'intra-muros et des polarités de proximité

4.1.1 | Revitaliser les commerces de centre-ville

Le PLU se fixe pour objectif de :

- Promouvoir la diversification et la densification des zones commerciales
- existantes de manière encadrée, à destination d'autres usages (mutualiser les parkings, favoriser la mixité urbaine)
- Exiger une plus grande qualité urbaine, architecturale, paysagère et environnementale pour les implantations commerciales ;

A.2 | Contexte réglementaire

A.2.1 | Dispositifs publicitaires concernés par le RLP

A.2.1.1 | Trois dispositifs concernés :

L'enseigne (article L581-3 du CE) = 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
- Elle concerne 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, ...)

Exemples :



La publicité et préenseigne : panneau publicitaire installé à distance du lieu de l'activité ou de l'évènement. Il indique la proximité de celle-ci ou fait la promotion d'un produit en lien avec l'activité, ou de l'évènement. (Ces deux types de dispositifs étant règlementés de la même manière par le RNP, ils sont abordés ensemble.)

La publicité (article L581-3 du CE) = Toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Exemples :



La préenseigne (article L581-3 du CE) : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Exemples :



Les dispositifs concernés sont ceux **visibles des voies ouvertes à la circulation publique** > 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,
- ou dans le cas d'enseignes **lumineuses** (possibilité d'encadrer spécifiquement ce type de dispositif depuis la Loi Climat et Résilience, Août 2021)

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

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

A.2.1.2 | Supports spécifiques

Le mobilier urbain

Art. R581-42 à 47 CE

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

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

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Art. R581-45 CE

Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives

Art. R581-46 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.

Les bâches

Les bâches comprennent :

Art. R581-53 CE

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

Les préenseignes dérogatoires

Sont concernées les préenseignes signalant hors agglomération (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.

Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

A.2.2 | Les périmètres règlementaires spécifiques

A.2.2.1 | Les périmètres d'interdiction stricte de publicité

Les périmètres d'agglomérations (L581-7 du CE)

La notion d'agglomération, au sens du code de la Route (*R110-2 CR*), constitue « l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ».

La jurisprudence est venue préciser la définition d'agglomération : elle fait primer la réalité physique du bâti sur le positionnement des panneaux de signalisation pour qualifier une agglomération. Il ressort de la jurisprudence et de la doctrine administratives que l'espace bâti peut être caractérisé par :

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

En dehors des lieux qualifiés d'« agglomération », toute publicité et préenseignes autre que dérogatoire est interdite.

> La commune d'Avignon compte une seule agglomération.

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

> L'aéroport d'Avignon est concerné par cette règle. Les gares routières et ferroviaires sont en revanche considérées comme en agglomération.

Les autres périmètres urbains et environnementaux

Toute publicité est interdite en agglomération :

Art. L581-4 CE

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

Périmètres concernés sur Avignon :

<i>Monuments historiques</i>	<i>151 monuments historiques classés ou inscrit</i>
<i>Sites classés</i>	<i>2 sites classés :</i> <i>- Place du Palais des Papes à Avignon - Promenade des Doms, son rocher et les Rampes d'accès</i> <i>- Rue des Teinturiers à Avignon</i>

En agglomération, les dispositifs suivants (publicités et préenseignes) sont également interdits :

- Dispositif scellé au sol, dans les espaces boisés classés identifiés en agglomération Art. R581-30 CE
- Dispositif scellé au sol, dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au PLU > Zone N du PLU Art. R581-30 CE
- Dispositif scellé au sol, dans les zones où les affiches sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute, ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération Art. R581-31 CE
- Les autres types de publicités et préenseignes (murales notamment) visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Art. R418-6 code de la Route
> Autoroutes et voies express en agglomération : Avignon non concernée.

A confirmer auprès de la DDT

A.2.2.2 | Les périmètres d'interdiction « relative » de publicité

>> *Dérogation possible à l'interdiction dans le cadre du RLP*

Art. L581-8 CE

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

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

Périmètres concernés sur Avignon, *si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération* :

Monuments historiques	<p><i>Périmètre d'abords des 151 monuments historiques</i></p> <p><i>La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative dans les conditions fixées à l'article L. 621-31.</i></p> <p><i>En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci.</i></p>
Sites patrimoniaux remarquables	<p><i>1 site patrimonial remarquable : centre-ville</i></p>
Sites inscrits	<p><i>3 sites inscrits :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>- Partie de l'île de la Barthelasse</i> <i>- L'ensemble urbain et de la rue des teinturiers à Avignon</i> <i>- L'ensemble formé par les immeubles nus et bâtis situés entre les remparts et le Rhône</i>
Sites Natura 2000	<p><i>2 sites Natura 2000 : «Rhône aval » et « Durance »</i></p>

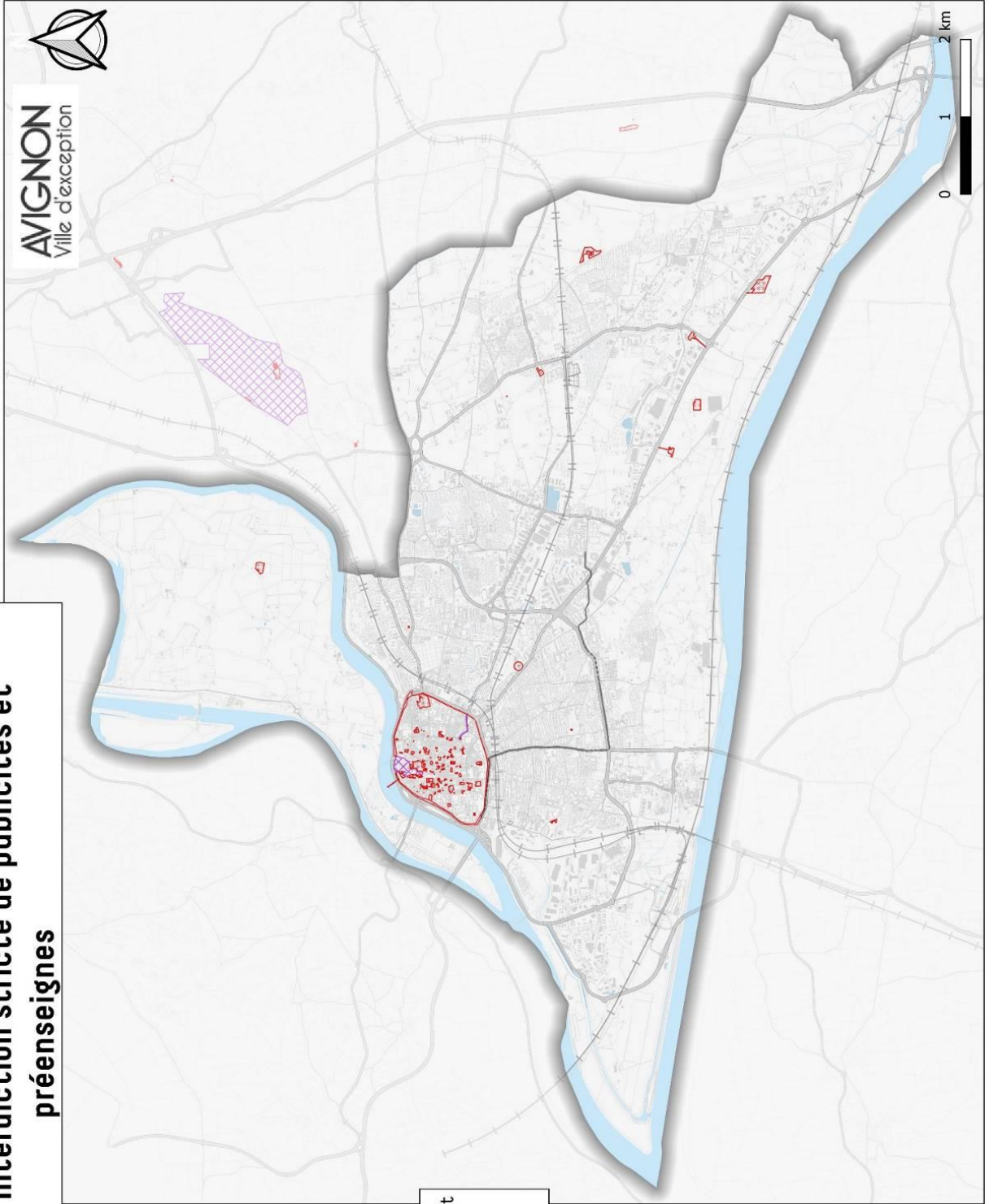
Art. L581-7 CE

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

> Avignon non concernée

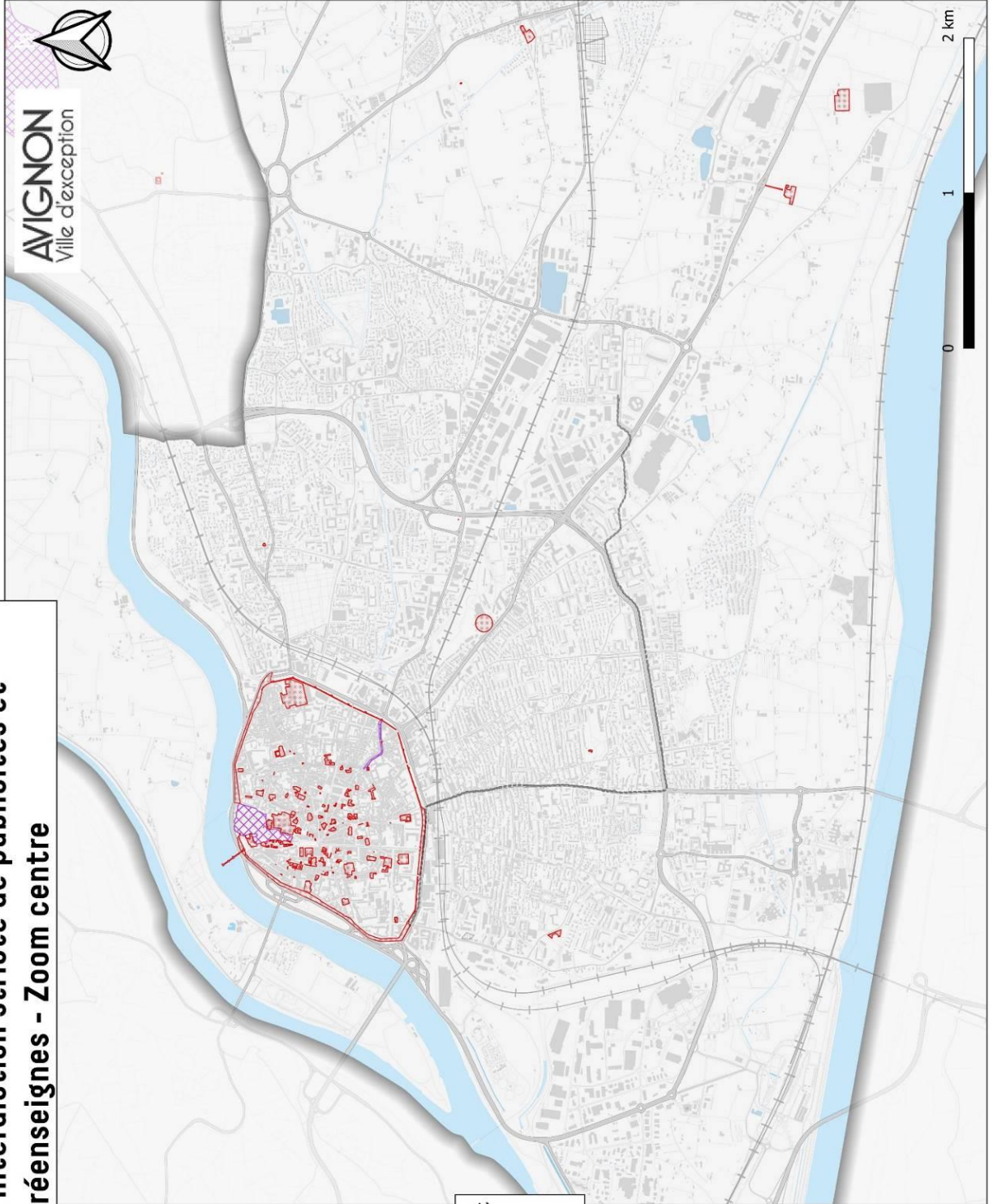
Synthèse des périmètres réglementaires : cf. cartes pages suivantes

Secteurs d'interdiction stricte de publicités et préenseignes



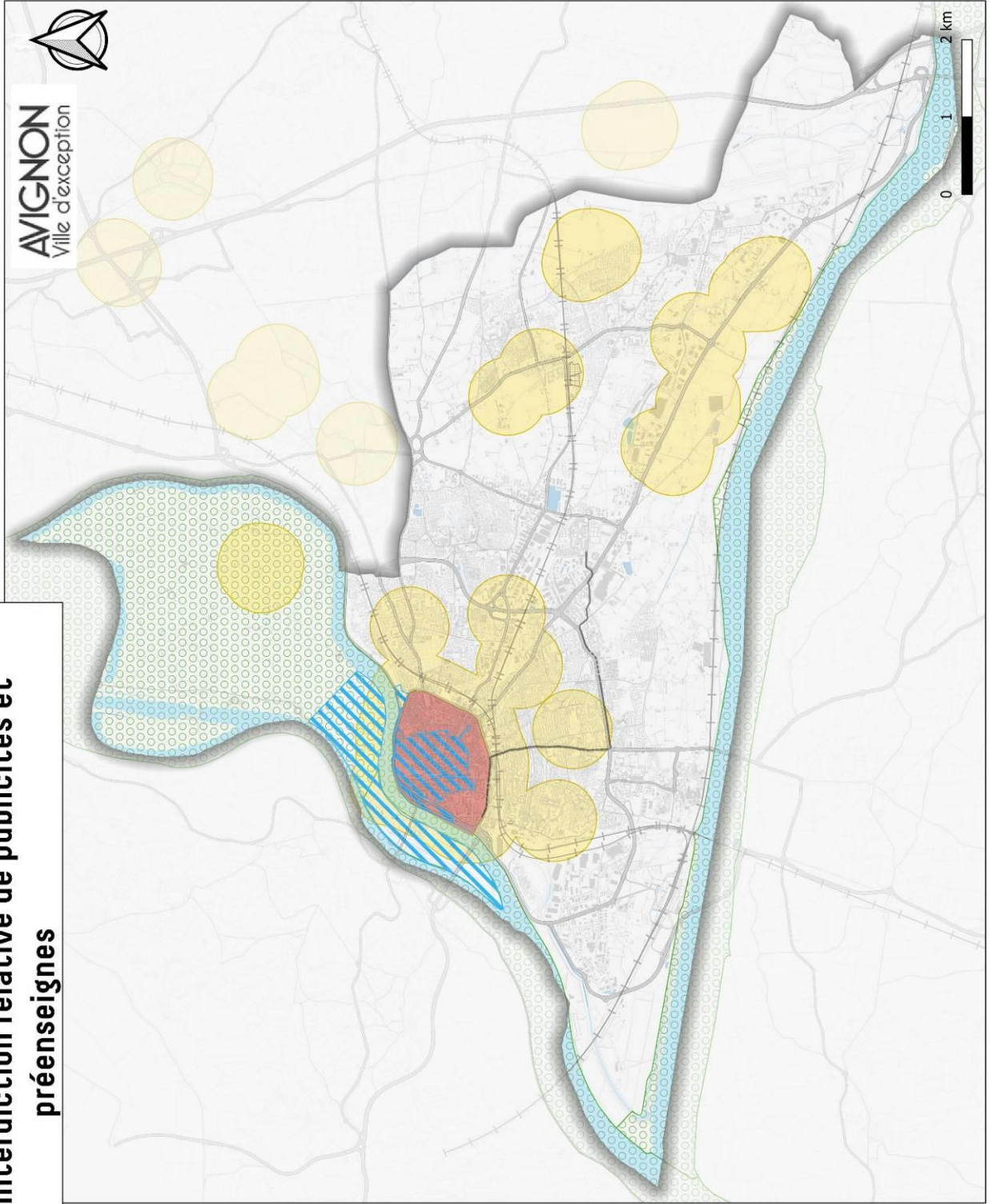
- Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques
- Site classé





**Secteurs d'interdiction stricte de publicités et
préenseignes - Zoom centre**



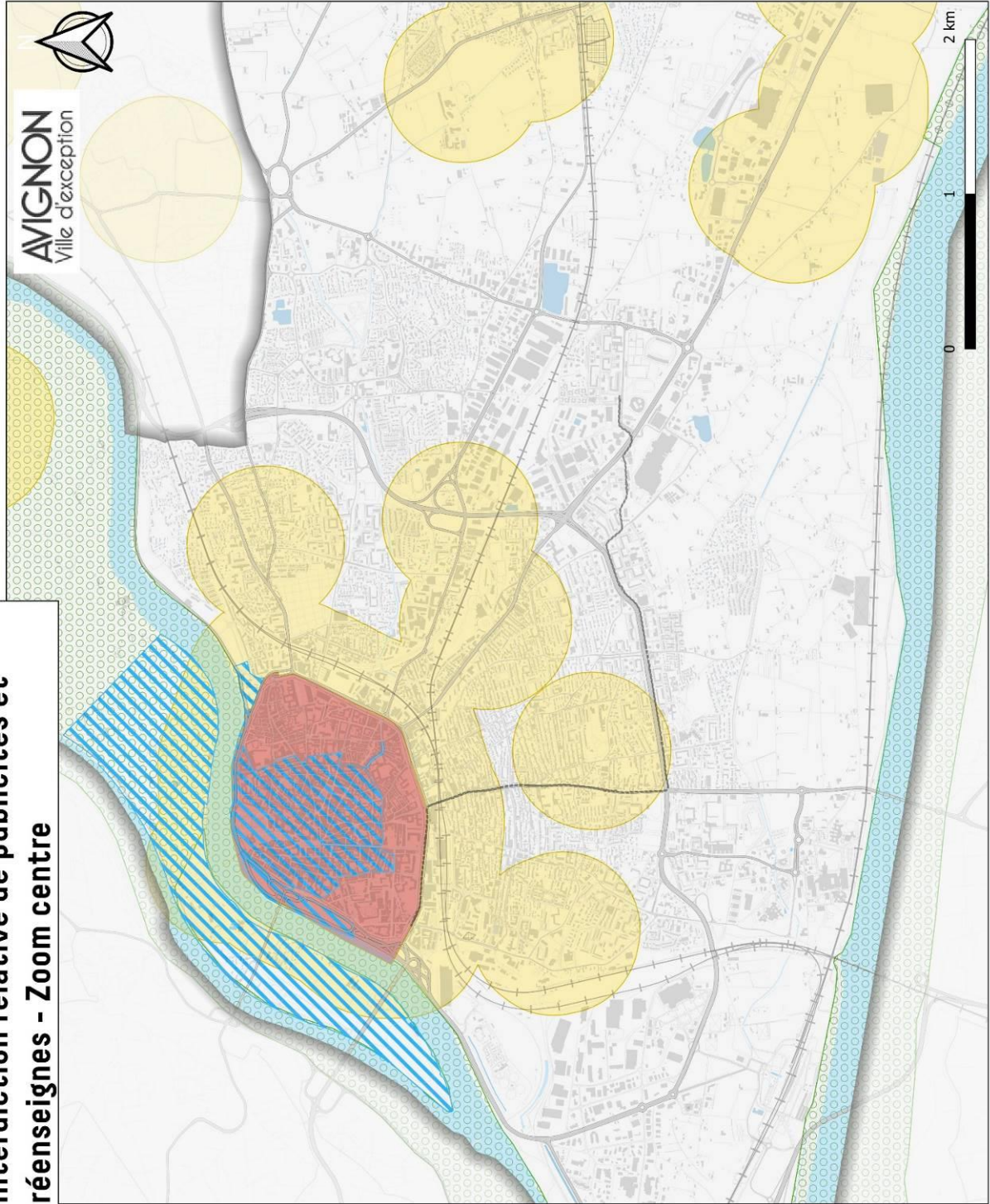
- Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques
- Site classé

**Secteurs d'interdiction relative de publicités et
préenseignes**



-  Abords des monuments historiques
-  Site patrimonial Remarquable
-  Site inscrit
-  Site Natura 2000

Secteurs d'interdiction relative de publicités et préenseignes - Zoom centre



- Abords des monuments historiques
- Site patrimonial Remarquable
- Site inscrit
- Site Natura 2000

A.2.3 | Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes

A.2.3.1 | Dispositifs spécifiques interdits

La publicité ne peut être apposée :

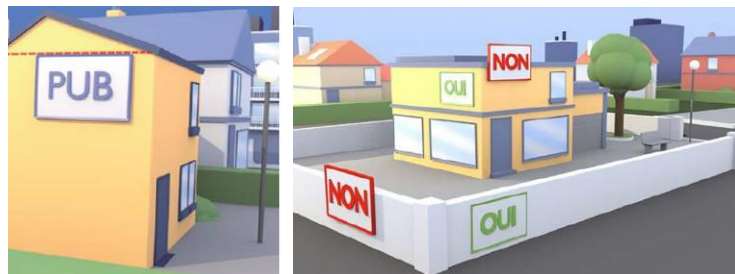
- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) *Art. R581-27 CE*
- sur les arbres *Art. R581-4 CE*
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne *Art. R581-22 CE*
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré *Art. R581-22 CE*
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; *Art. R581-22 CE*
- sur les murs de cimetière et de jardin public. *Art. R581-22 CE*

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

A.2.3.2 | Implantation sur la parcelle ou le bâtiment

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

Art. R581-27 CE



La publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol

Art. R581-27 CE

Saillie sur façade des enseignes installées parallèlement à celle-ci : 0,25m

Art. R581-28 CE

Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-33 CE

A.2.3.3 | Densité

Sur le domaine privé :

Art. R581-25 CE

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

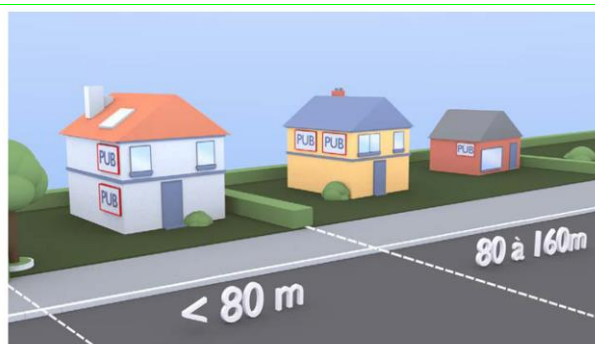
Par exception, il peut être installé :

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

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

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

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.



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

Sur le domaine public :

Art. R581-25 CE

Maximum 1 dispositif au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

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

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

Art. R581-55 CE

A.2.3.4 | Graphisme

Sur toiture, la publicité lumineuse ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base.

Art. R581-39 CE

A.2.3.5 | Dimensions

- Dispositions spécifiques applicables aux agglomérations de +10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	12 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	12 m ²	6m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 12 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Bâches <i>Art. R581-53 et 55 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception)	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non réglementé	-
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	-

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

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ²	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

Extinction nocturne

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. *Art. R581-35 CE*

A.2.4 | Les principales dispositions applicables aux enseignes

A.2.4.1 | Dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

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

A.2.4.2 | Implantation

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

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

Art. R581-61 CE

Saillies :

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

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. *Art. R581-64 CE*

A.2.4.3 | Graphisme

Enseignes installées sur toiture ou terrasse : lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. *Art. R581-62 CE*

A.2.4.4 | Dispositions spécifiques par support

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne sur façade commerciale <i>Art. R581-63 CE</i>	Surface cumulée : 15% de la surface de la façade commerciale si façade ≥ 50m ² 25% de la surface de la façade commerciale si façade < 50m ² (sauf exceptions)	-	-
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'appuis du balconnet ou de la baie	-
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	12 m ² par face en agglomération, 6 m ² hors agglomération	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non réglementé
Enseigne sur toiture <i>Art. R581-62 CE</i>	60 m ² cumulés pour un même établissement (sauf exceptions)	Si l'activité occupe <u>la moitié ou moins de la moitié</u> du bâtiment : 1/6e de la hauteur de la façade, dans la limite de 2m, si hauteur façade ≤ 20m 1/10e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m, si hauteur façade > 20m Si l'activité occupe <u>plus de la moitié</u> du bâtiment : 3m lorsque hauteur façade ≤ 15m 1/5e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m, si hauteur façade > 15m	-

A.2.4.5 | Enseignes lumineuses

Art. R581-59 CE

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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

A.2.5 | Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires

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

Art. R581-69 CE

A.2.5.1 | Spécificités aux enseignes temporaires

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

Art. R581-70 CE

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

Art. R581-70 et 60 CE

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

Art. R581-70 et 61 CE

Saillies :

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

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-64 CE

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m²).

Art. R581-70 et 62 CE

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

Art. R581-70 CE

A.2.5.2 | Spécificité aux préenseignes temporaires

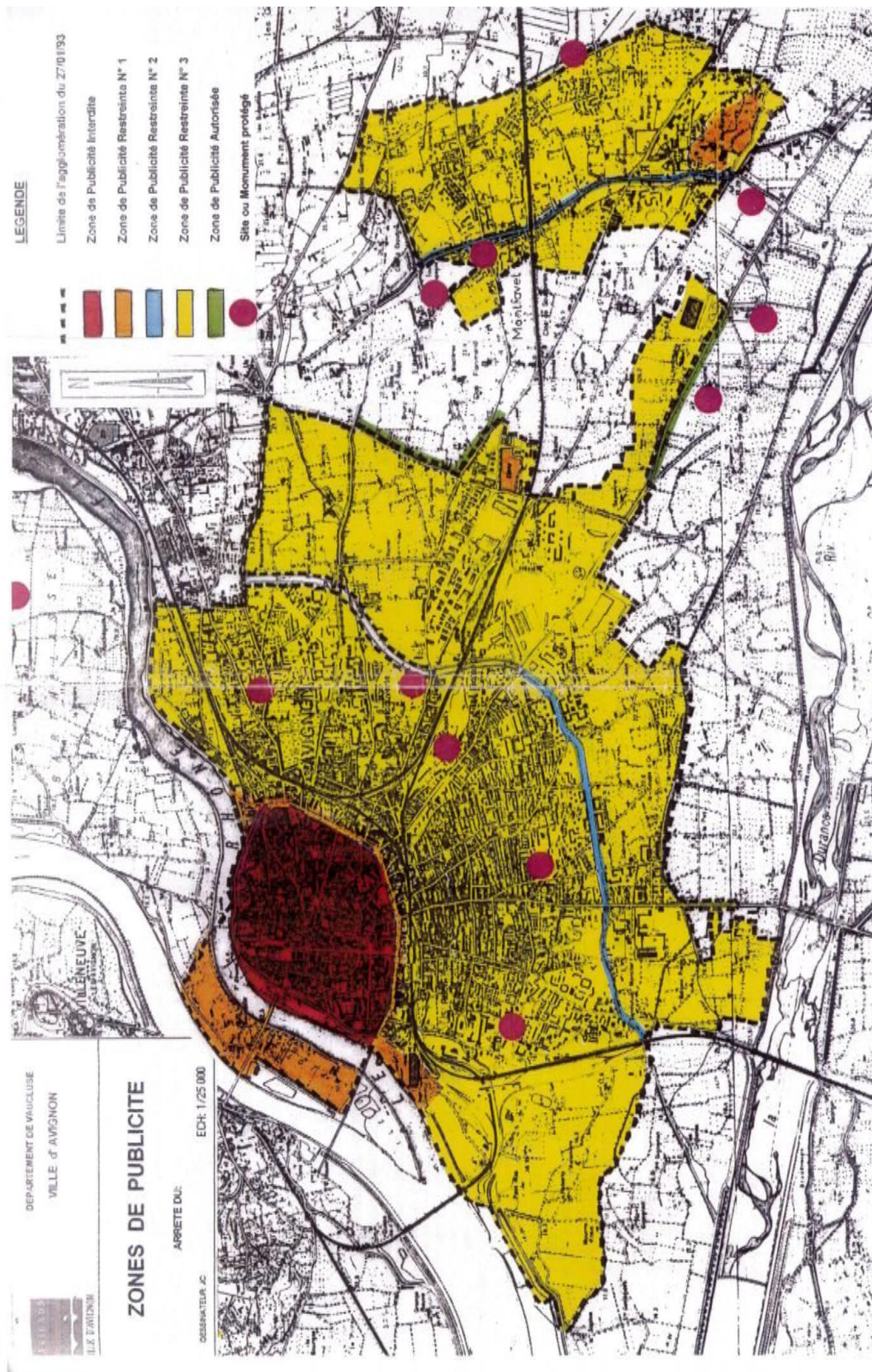
Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si :

Art. R581-71 CE

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation

A.3 | Bilan du RLP de 1998

L'ancien RLP d'Avignon a été approuvé le 2 février 1998. Il est devenu caduc le 14 janvier 2021.



Les principales dispositions réglementaires sont les suivantes :

	Publicité au sol	Publicité sur mur	Publicité sur mobilier urbain
ZP0 Secteur sauvegardé	Interdite	Interdite	Autorisée jusqu'à 2 m²
ZP1 Iles de la Barthelasse et Piot CD225 Echangeur du Pont de l'Europe Plusieurs boulevards Mont de Vergues à Montfavet Lac Saint Chamand et ses berges	Interdite	Interdite	Autorisée jusqu'à 12 m² (format RNP)
ZP2 Rocade D7N	Interdite	Interdite	Autorisée jusqu'à 12 m² (format RNP)
ZP3 Reste de l'agglomération	Autorisée jusqu'à 8 m² Maximum 1 dispositif par unité foncière	Autorisée jusqu'à 12 m² (format RNP) uniquement sur les unités foncière dont le côté bordant la voie est > 25m Dans la limite de : <ul style="list-style-type: none"> • 25m < UF ≤ 50m : 1 dispositif (bon cumulable avec dispositif mural) • 50m < UF ≤ 100m : 2 dispositifs • UF > 100m : 2 dispositifs + 1 par tranche de 50m de linéaire supplémentaire 	Autorisée jusqu'à 12 m² (format RNP)
ZPA hors agglomération Une partie de l'avenue de l'Amandier Une partie de l'avenue d'Avignon et de l'avenue Sainte Claire Le Sud de la RD7N	Autorisée jusqu'à 8m² Maximum 1 dispositif par unité foncière	Autorisée jusqu'à 12 m² (format RNP) uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est > 25m Dans la limite de : <ul style="list-style-type: none"> • 25m < UF ≤ 50m : 1 dispositif (non cumulable avec dispositif mural) • 50m < UF ≤ 100m : 2 dispositifs • UF > 100m : 2 dispositifs + 1 par tranche de 50m de linéaire supplémentaire 	Autorisée jusqu'à 12 m² (format RNP)

Analyse du RLP de 1998 :

Des dispositions ne pourront pas être reprises dans le futur RLP. En effet, celles-ci ne sont plus conformes avec la loi :

- **Disparition des « zones de publicité autorisées » (ZPA) des RLP antérieurs à 2010**

Avant la Loi Grenelle II, les règlements locaux de publicité pouvaient définir des « Zones de publicité autorisée », qui constituaient une dérogation à l'interdiction de publicité hors agglomération. Depuis la loi Grenelle, cette exception n'existe plus, hormis pour certaines gares et centres commerciaux.

- **Format maximum autorisé**

Le format maximum autorisé de 12 m² (RNP) est dorénavant à considérer affiche + encadrement. Cf. « instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 « relative aux modalités de calcul des formats des publicités ».

- **Un règlement à adapter aux nouveaux enjeux du territoire**

Hormis le secteur sauvegardé du centre historique, le RLP ne faisait pas de distinction entre les différents tissus urbains. Il est important de travailler le règlement en l'adaptant aux enjeux des différents tissus urbains. Il est possible d'adapter les formats, les types de supports publicitaires en prenant en compte ou non la proximité du site UNESCO.

A.4 | Etat des lieux et enjeux publicitaires

A.4.1 | État des lieux général

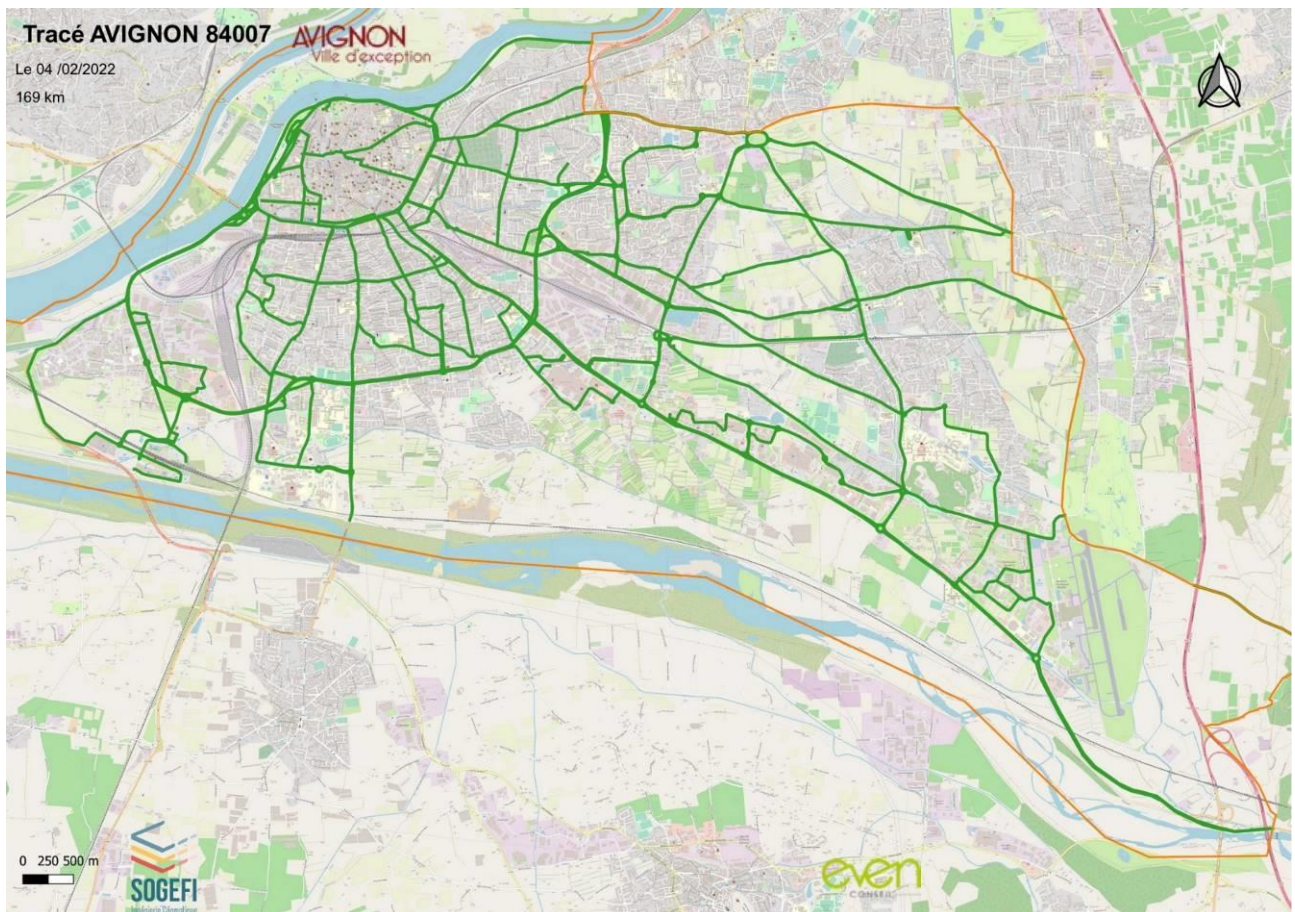
A.4.1.1 | Localisation et caractéristiques des publicités et préenseignes présentes sur le territoire

Méthodologie d'inventaire

Un inventaire a été réalisé par le bureau d'études SOGEFI en février 2022 en **complément de l'inventaire Ville existant**. Ce recensement a permis de mettre en évidence les secteurs les plus touchés par la présence de ce type de dispositifs, ainsi que les caractéristiques de ces derniers. Cet inventaire s'est porté sur une grande partie du réseau viaire du territoire avignonnais, représentant au total environ **169 km de voies inventoriés**. Sur ces axes, un inventaire exhaustif des publicités et préenseignes a été réalisé.

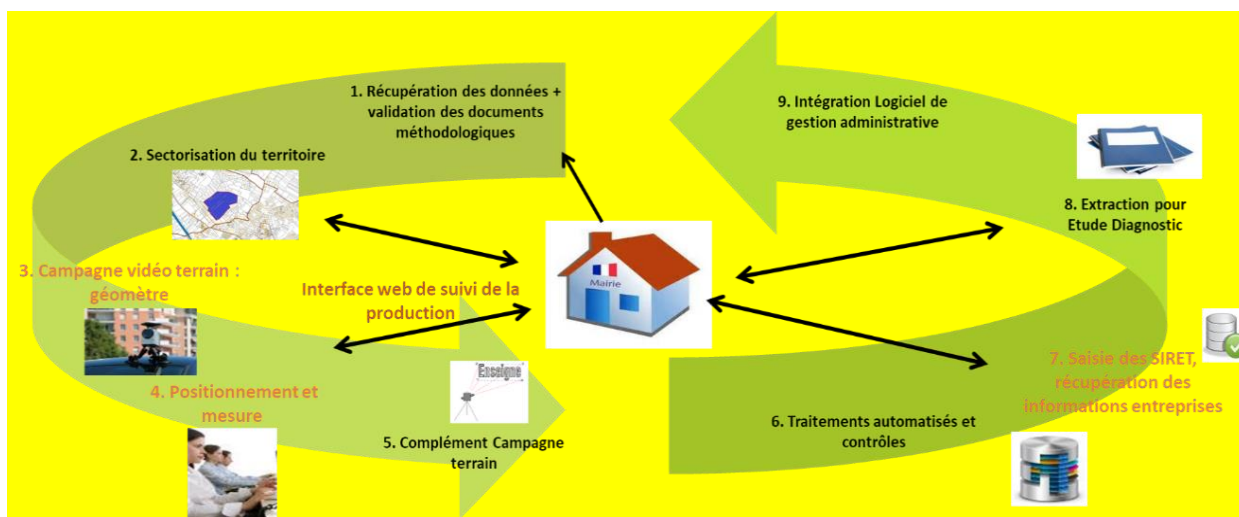
L'inventaire a permis une mise à jour de celui existant en actualisant les données pour les dispositifs qui ont évolué et en complétant les données avec l'intégration des nouveaux supports publicitaires.

Un inventaire d'enseigne a également été réalisé sur un panel de dispositifs spécifiques.



En vert les axes inventoriés

Il a été réalisé à partir d'un relevé vidéo géoréférencée.



Méthodologie Imajbox

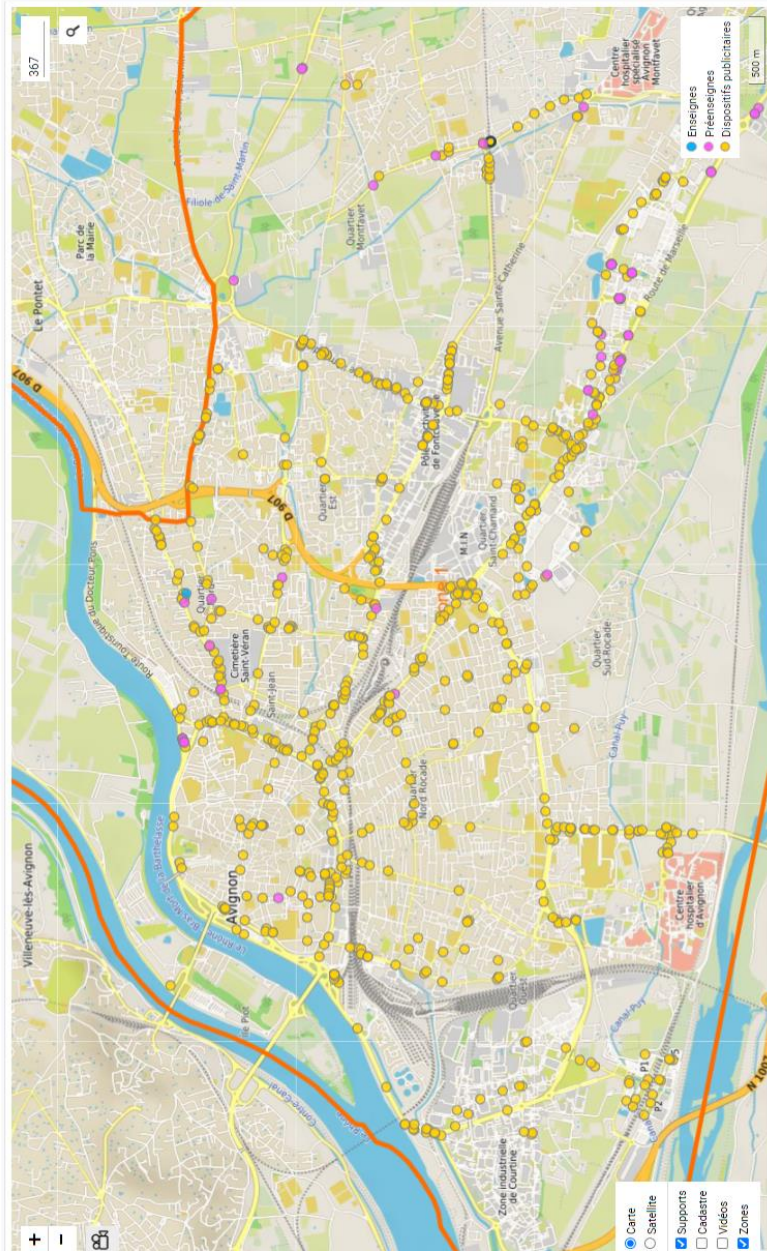
Pour chaque dispositif publicitaire ont été déterminées les caractéristiques suivantes :

- Le type de dispositif (publicité ou préenseigne)
- Le support : scellé au sol, sur mur de bâtiment, sur clôture
- Nom de l'annonceur
- La surface de l'affiche publicitaire et son encadrement
- Le nombre de faces
- La hauteur et la largeur du support
- La hauteur au sol
- Numérique ou non

Pour chaque enseigne publicitaire ont été déterminées les caractéristiques suivantes :

- La hauteur
- La surface
- Le support : scellé au sol, sur mur de bâtiment, sur clôture

Une photographie a été prise pour chaque dispositif.



Dispositif publicitaire



JC DECAUX

400 Cours Cdl Bertrand de Montfavet 84000 AVIGNON

Parcelle cadastrale : (84)007.000.BH.62

Type de pose : scellée au sol sur terrain

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface utile = 4,00 m x 3,00 m x 1 face = 12,00 m²

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain

lettres sans fond mur ou égouttoir sur abri bus banderole double dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 4,10 m

Surface totale = 4,20 m x 3,20 m = 13,44 m²

AFFICHER TOUS LES SUPPORTS DE L'ÉTABLISSEMENT

Extrait de l'inventaire publicitaire, données SOGEFI

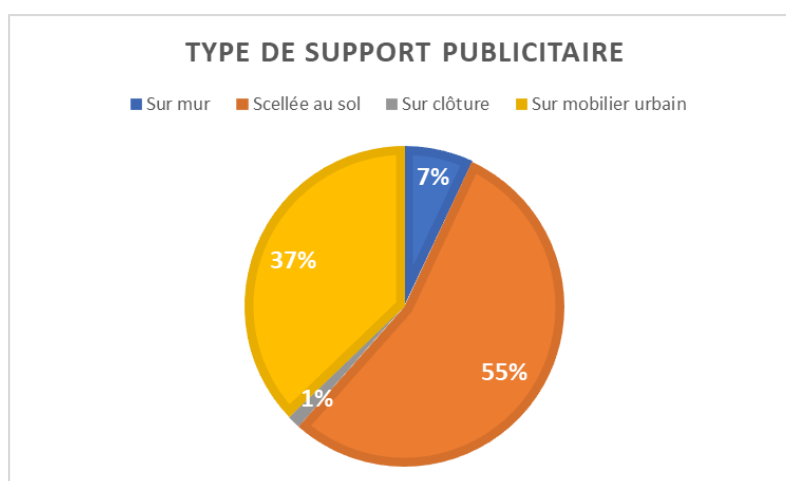
Statistiques

Au total, **764 supports ont été inventoriés** (dont **284 supports concernant de l’affichage sur mobilier urbain**) sur les axes ayant fait l’objet du recensement.

Pour rappel, le mobilier peut supporter de la publicité, il s’agit notamment des abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l’annonce de spectacles ou de manifestations culturelles. Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l’annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

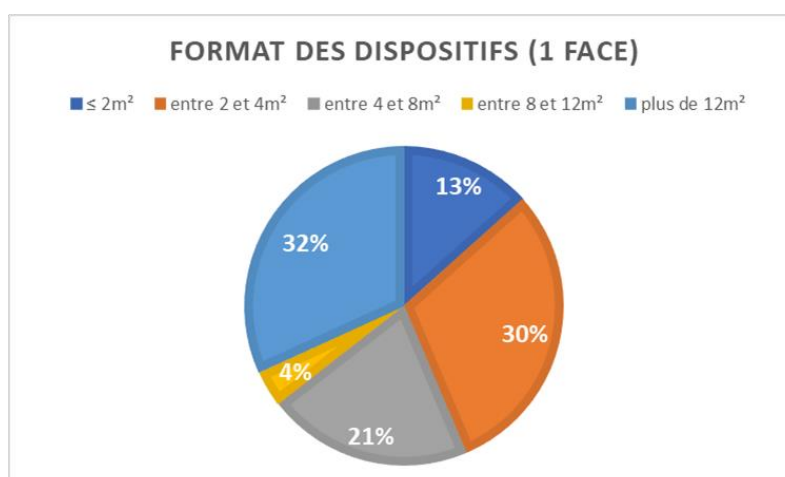
Ces supports représentent une **surface publicitaire cumulée de 5 368 m² (encadrement compris)**, pour environ 84 établissements identifiés.

Sur le territoire, les **dispositifs scellés au sol** sont les dispositifs dominants (**55%**). Il s’agit ensuite de **supports publicitaires sur mobilier urbain pour 37%** alors que les **murs et clôture** représentent **7%**.



Statistiques relatives aux publicités et préenseignes, Données SOGEFI

Sur la commune d’Avignon, les dispositifs sont **majoritairement de petite taille, c’est-à-dire inférieurs à 4m² (43%)**. En revanche, **les grands dispositifs d’une taille minimale de 8m²** sont également représentés à **36%**. Enfin, **21%** des dispositifs sont de **taille moyenne, entre 4m² et 8m²**.



Statistiques relatives aux publicités et préenseignes, Données SOGEFI

Au regard du nombre de dispositifs concernés et de leur impact paysager, une attention particulière sera portée sur les supports publicitaires scellés au sol et ceux de grand format.

Synthèse cartographique : principaux lieux d'implantation des publicités et préenseignes

La carte d'état des lieux ci-après identifie l'ensemble des dispositifs inventoriés sur le territoire communal.

Les principaux secteurs concernés par l'affichage sont les secteurs où s'accumulent des dispositifs de grande taille (entre 8 et 13,44 m²), en forte densité.

Plusieurs axes de circulation sont aujourd'hui soumis à une forte pression publicitaire. Il s'agit d'axes très circulés pour des déplacements quotidiens, donc stratégiques en termes de visibilité des activités économiques. Ils sont un lieu d'affichage privilégié en entrée de ville où sur des axes reliant plusieurs agglomérations, en particulier à proximité de zones commerciales.

Ils sont majoritairement présents là où se concentre le trafic routier quotidien ainsi que les accès vers les zones commerciales. Cela concerne :

- Les entrées de ville principales
- Les entrées de ville secondaires et autres traversées urbaines

Sur la commune d'Avignon, les quartiers sont également fortement touchés.

Les principaux secteurs concernés par de l'affichage publicitaire type publicités et préenseignes sont :

- RD7N : Bonpas, route de Marseille, Avenue Pierre Sépard, jusqu'aux remparts (Accès depuis sortie A7 Avignon Sud)
- Avenue de la Gare et Boulevard Pierre Boule
- Rocade : direction Avignon centre et Gard
- Rocade : direction Bouches du Rhône (via RD7N) et Vaucluse

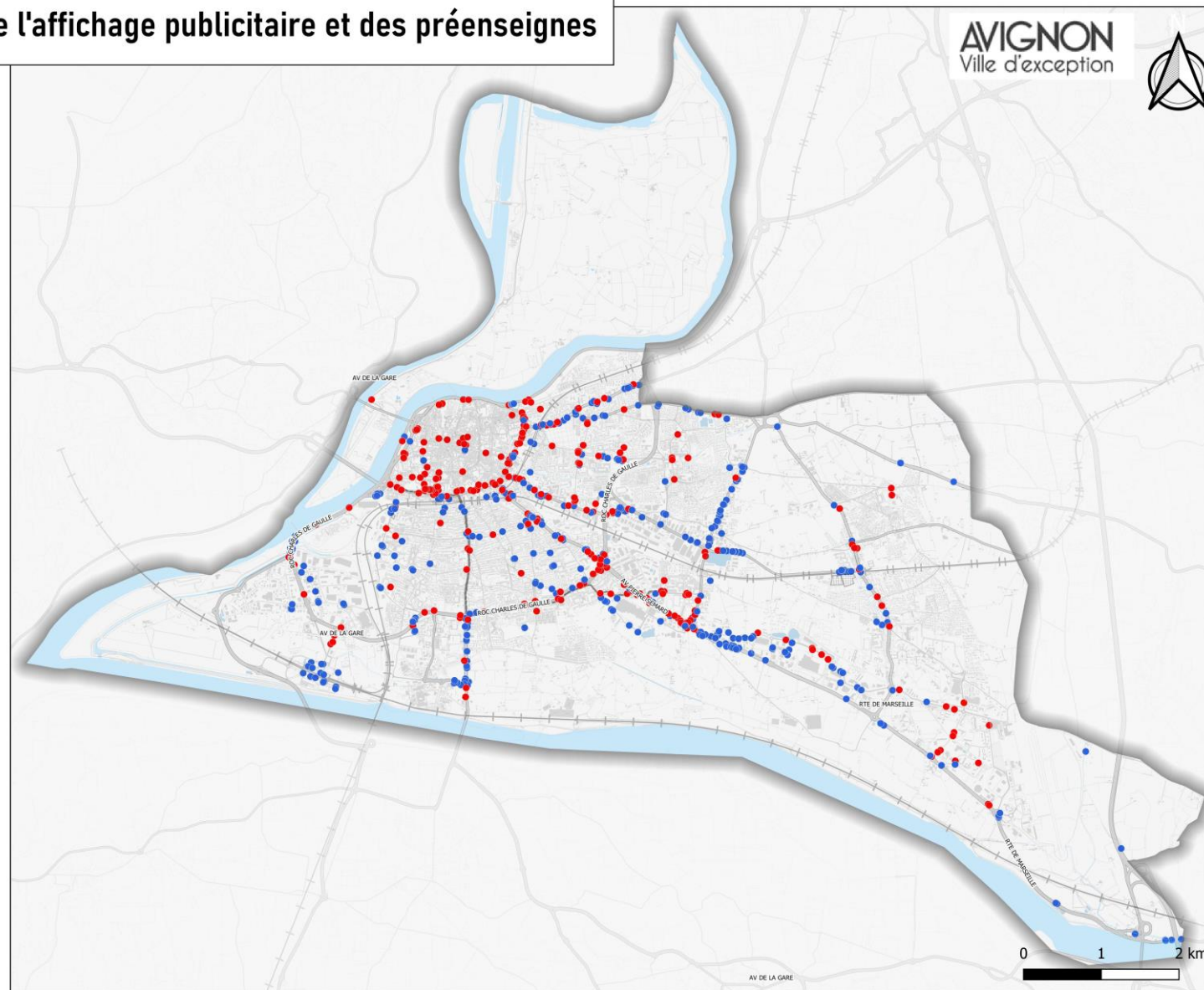
Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des préenseignes

AVIGNON
Ville d'exception



Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des préenseignes

- Sur mobilier urbain
- Autres dispositifs



La carte ci-dessous présente les surfaces de publicité et préenseignes inventoriées sur les axes structurants suivant leur surface.

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

A.4.1.2 | Localisation et caractéristiques des enseignes présentes sur le territoire

Des enseignes sont identifiées sur l'ensemble de la commune, avec une densité plus importante sur les pôles économiques structurants :

- Le centre-ville, les centres historiques (centre-ville d'Avignon)
- Les zones commerciales (Cristole, Cap Sud et la Castelette...)
- Les zones d'activités et industrielles (ZAC Agroparc, zone d'activités de Fontcouverte et le Marché d'Intérêt National (MIN))
- Les pôles commerciaux de proximité.

D'autres secteurs sont également concernés par la présence, plus ponctuelle, d'enseignes :

- les quartiers à vocation essentiellement résidentielle, qui comptent un certain nombre d'activités isolées ;
- hors agglomération, secteur qui compte notamment des enseignes de sociétés agricoles.

A.4.2 | Conformité des dispositifs aux dispositions du RLP en vigueur ou à la réglementation nationale

Des dispositifs qui deviendront non conformes sur le territoire...

Ces dispositifs sont autorisés jusqu'au 13 janvier 2023. En effet, ils sont inscrits en zone de publicité autorisée dans le RLP de 1998 et deviendront interdits en 2023 sans dérogation possible par le nouveau RLP.

Exemples de publicités / préenseignes ayant vocation à disparaître à la caducité du RLP en vigueur

Le format maximum des publicités et préenseignes murales et scellées au sol sur la ville d'Avignon ne pourra dépasser 12m² dans le futur RLP. Ce format s'étend moulures comprises. Aujourd'hui, un grand nombre de panneaux, conformes au RLP en vigueur, est de format 13,4 avec les moulures (12 m² affiche). Cf. arrêts en conseil d'état de 2016 et 2017, requêtes n°395494 et n°408801.

Les dispositifs de plus de 12 m² non conformes aujourd'hui représentent 32% des dispositifs publicitaires.

Exemples (Source : base de données SOGEFI, février 2022) :



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



Exemples d'enseignes non conformes

« Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. » (R581-64)



« 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. » (R581-63 CE)

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



...Mais des enjeux qui persistent

Le passage du format de 13 m² au 12 m² n'engendre pas d'importante modification du paysage.
Les enjeux persistent ; la différence visuelle entre un format de 12m² dimension affiche et de 12m² encadrement compris reste très faible comme on peut le voir ci-après :



L'élaboration du nouveau RLP permettra d'être plus ambitieux dans la réglementation de l'affichage publicitaire afin d'avoir un réel impact sur le paysage.

A.4.3 | Diagnostic des publicités et préenseignes

Etat des lieux

A.4.3.1 | Les entrées de ville principales, pénétrantes urbaines jusqu'au centre urbain : des secteurs fortement impactés par l'affichage

Dans cette unité urbaine, plusieurs axes sont aujourd'hui particulièrement concernés par une forte densité publicitaire, ou l'ont été avant la mise en place d'un RLP communal. Il y domine(nait) des dispositifs de grand format, majoritairement scellés au sol.

RD7N : Bonpas, route de Marseille, Avenue Pierre Sénard, jusqu'aux remparts (accès depuis sortie A7 Avignon Sud)

Séquence n°1 – Secteur Bonpas, jusqu'au rond-point de l'aéroport

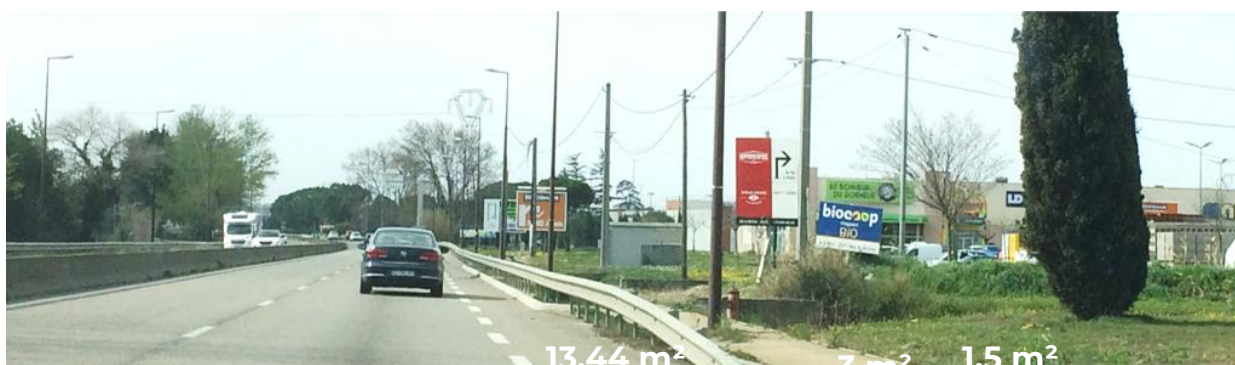
Ce premier secteur se situe hors agglomération. C'est un secteur préservé de l'affichage publicitaire dû au respect des dispositions nationales d'interdiction de publicité hors agglomération. Cette entrée de ville est une arrivée qualitative sur Avignon avec un espace visuel dégagé qui permet une percée visuelle sur le Palais des Papes.



Séquence n°2 – Du rond-point de l'aéroport jusqu'à la zone commerciale Mistral 7

Cette deuxième séquence se situe en entrée dans l'agglomération. On constate un affichage publicitaire présent, encore modérément imposant dans le paysage urbain. Les préenseignes identifiées font de 1,5 m² et quelques grands dispositifs publicitaires (jusqu'à 13,44 m² encadrement compris) sont également présents.





Séquence n°3 – De Mistral 7 à Cap Sud

La séquence n°3 concerne le secteur commercial de la Cristole. Cette zone se caractérise par une multiplication de l’affichage publicitaire, avec de nombreux dispositifs de grand format. On constate la visibilité simultanée de plusieurs grands dispositifs avec un cumul de ces dispositifs. Les nombreuses enseignes scellées au sol bordent les établissements commerciaux.



Sur cette séquence, la forte emprise visuelle de l’affichage (publicité, préenseignes et enseignes), engendre une pollution visuelle du paysage urbain avec une perte de lisibilité et de qualité. Le format d’affichage est cohérent avec le tissu urbain mais la forte densité marque ce paysage. Cela engendre un sentiment de « pression économique » sur l’usager de la route mais également une perte de lisibilité des différentes informations, des enseignes et devantures commerciales.

Sur la séquence ci-dessous, la première image d'entrée de ville est peu valorisante. Les panneaux d'information communale « UNESCO » et « entrée d'agglomération » se perdent dans le flot des dispositifs publicitaires, alors qu'ils correspondent à des informations majeures pour la Ville

L'affichage publicitaire est « contradictoire » avec la volonté de la ville de valoriser ici le patrimoine UNESCO.



Le mobilier urbain a un rôle important dans cette perception du paysage d'entrée de ville dû à la présence de grands formats et de doublons.





Séquence n°4 – De Cap Sud aux remparts

La séquence n°4 de Cap Sud aux remparts se caractérise par l'approche du centre historique (faubourgs). L'affichage se dédensifie un peu mais reste de grand format. L'affichage sur mobilier urbain est très présent

Sur la séquence, les formats et la densité d'affichage sont peu adaptés :

- au tissu urbain (voirie plus étroite que route de Marseille)
- à l'approche du centre historique UNESCO : une pression encore forte de l'affichage dans le champ de perception visuelle



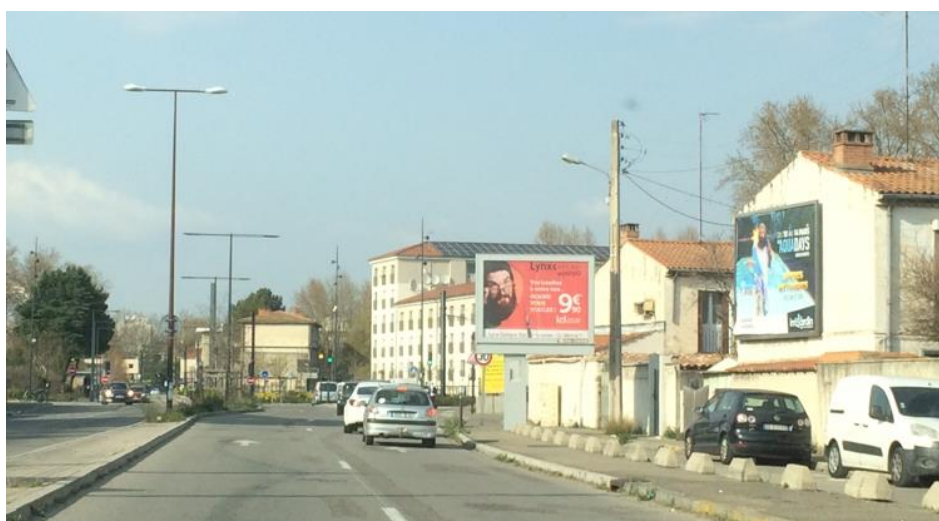


Route de Tarascon, rocade (accès depuis les Bouches du Rhône)

Route de Tarascon

Ici aussi, forte densité de dispositifs de grands formats, principalement autour du 1er rond-point. Cela entraîne un impact sur la 1ère image de la ville, bien que le tronçon concerné soit plus limité que la RD7N.





Rocade

La rocade est un espace plutôt préservé du fait notamment des vastes emprises publiques. Il s'agit essentiellement d'affichage sur du mobilier urbain. La traversée urbaine est qualitative suite à un réaménagement urbain récent avec la réalisation de la ligne de tramway et la végétalisation des espaces.





Quelques concentrations de panneaux sont identifiées sur des portions précises :



Sortie Gare TGV, Courtine

Avenue de la Gare et Boulevard Pierre Boule

L'avenue de la Gare, les abords immédiats sont globalement bien préservés de l'affichage comme on peut le voir ci-dessous :



Rocade

➤ Direction Avignon centre et Gard

Sur la séquence en direction d'Avignon centre et du Gard, plusieurs grands panneaux sont présents jusqu'aux portes du centre historique (rocade Charles de Gaulle, chemin de Courtine). Il y a ici un impact sur la 1ère image de la ville.



➤ Direction Bouches-du-Rhône (via RD7N) et Vaucluse

Le même constat est fait en direction des Bouches du Rhône et du Vaucluse.



Bords du Rhône : des secteurs en revanche bien préservés

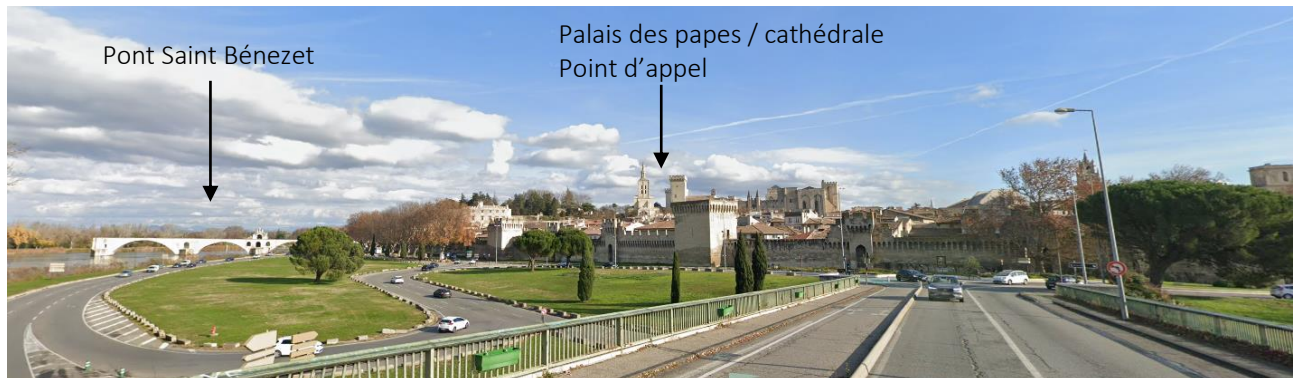
- D225, route du Docteur Pons (Accès depuis sortie A7 Avignon Nord)
- Accès depuis le Pont de l'Europe et le pont Daladier

Les espaces sont globalement bien préservés de l'affichage publicitaire. Les entrées de ville en bord du Rhône sont de qualité avec vue sur le centre historique qui est un point d'appel.

Palais des Papes / cathédrale
Point d'appel



Il s'agit d'un axe majoritairement situé hors agglomération, sans évolution prévue au PLU. Quelques affichages sur le domaine public sont possibles notamment sur des tronçons situés en agglomération, malgré l'absence de dispositifs actuellement.



L'arrivée sur le site patrimonial remarquable implique une réglementation avec un affichage limité via le RLP de 1998.



Synthèse et enjeux des entrées de ville principales, pénétrantes urbaines jusqu'au centre urbain

RD7N, route de Tarascon/rocade, sortie gare TGV

Des secteurs impactés par l'affichage

- Nécessaire mise en conformité des dispositifs de plus de 12 m²
- Malgré cela :
 - de vastes possibilités d'affichage offertes dans le RLP de 1998 et dans le Code de l'Environnement ... Un passage de 13,44 à 12 m² peu significatif visuellement
 - Pas de distinction selon le tissu urbain et la proximité au site UNESCO : un traitement aujourd'hui identique de l'affichage jusqu'aux remparts

Enjeux

❑ L'amélioration de la qualité urbaine de ces entrées de ville :

- Mise en valeur de la 1ère et dernière image du territoire
- Mise en valeur du centre patrimonial et de son site UNESCO
- Renforcement de l'attractivité du territoire
- Lisibilité des établissements

Pistes de travail

- Dé-densifier l'affichage ?
- Adapter les formats au tissu urbain ?
- Un **gradient progressif** à trouver depuis la route de Marseille, jusqu'aux remparts, pour une mise en valeur progressive du centre patrimonial ? Définition d'une **zone tampon** ?



Enjeux

- ❑ **Le maintien/renforcement d'une traversée urbaine de qualité sur la rocade**, en lien avec le projet de boulevard urbain (PLU).

Pistes de travail

- Maintien d'un affichage très encadré en densité

Bonpas, bords du Rhône

- Des secteurs préservés de l'affichage du fait des dispositions nationales et du contexte patrimonial : peu d'évolutions prévues sur le long terme

Enjeux

- ❑ **La préservation de la qualité de l'entrée d'Avignon depuis :**
 - **les ponts de l'Europe et Daladier** : qualité de perception des monuments UNESCO, des remparts et de leur abords végétalisés
 - **la route du Dr Pons** : caractère naturel de cette entrée de ville, avec vue sur le centre historique

Pistes de travail

- Maintien d'un affichage très encadré, en format et type de dispositifs autorisés ?
- Eviter sur le long terme le développement d'affichage sur le domaine public ?

A.4.3.2 | Pénétrantes urbaines secondaires et cœurs de quartiers

Tissu résidentiel ou mixte

Ce secteur est marqué par de nombreux affichages de grand format allant jusqu'à 13,44 m². Il est également concerné par une forte densité de mobiliers urbains supportant de l'affichage.

Exemple : Route de Lyon



Exemple : Route de Montfavet

On trouve sur la route de Montfavet, des formats et une densité d'affichage qui, par endroits, ne paraissent **pas adaptés au tissu urbain** (quartiers résidentiels, emprises publiques plus étroites que sur les grands boulevards). Cela implique une pression visuelle des dispositifs scellés au sol proches de la voie.





Exemple : Arrière de Cap Sud, Avenue de la Croix rouge



Le boulevard Sixte Isnard, l'avenue Saint Ruf et la route de Morières se distinguent par un affichage mural mieux intégré comme on peut le constater sur les visuels ci-dessous.

Exemple : Boulevard Sixte Isnard



Exemple : Avenue Saint Ruf



Exemple : Route de Morières



Tissu économique

La route de Montfavet dessert également une zone d'activité. On remarque ici un affichage un peu plus adapté au tissu urbain.

Exemple : Route de Montfavet



Exemple : Avenue de l'Amandier



Exemple : Mistral 7



Synthèse et enjeux des pénétrantes urbaines secondaires cœurs de quartiers

Secteurs moyennement impactés par l'affichage

- Nécessaire mise en conformité des dispositifs de plus de 12 m²
- Malgré cela :
 - de vastes possibilités d'affichage jusqu'à 12 m²
 - Pas de distinction selon le tissu urbain : un traitement aujourd'hui identique entre les quartiers résidentiels et les zones économiques

Enjeux

- L'amélioration de la qualité du cadre de vie, des paysages du quotidien, en particulier dans les quartiers résidentiels

Pistes de travail

- Adapter les formats au tissu urbain ?
- Adapter les supports ?
- Repérer et travailler les axes de vue sur le patrimoine ou sur la campagne à préserver

Exemple : passage d'un format de 12 m² à 4 m², une meilleure intégration paysagère



A.4.3.3 | Le centre historique : site patrimonial remarquable – Site UNESCO et tour des remparts

Le centre historique comprend uniquement de l’affichage sur mobilier urbain hors période de festival.

- Intramuros : 2 m²
- Extramuros : majoritairement 2 m², quelques 6,7 m²

Actuellement, on retrouve uniquement des affiches.

En période de festival, il y a une profusion d’affichages temporaires installées sur tous types de supports, qui participent à l’identité du festival.



L’affichage est encadré (uniquement sur mobilier urbain) mais certaines publicités peu valorisantes impactent la perception du patrimoine bâti tels que les remparts, ...

Rappel : sur mupi, la publicité est « accessoire ». L’information prioritaire, c’est-à-dire que celle qui doit être le mieux visible est l’information municipale.





Toutefois, une forte densité de mobiliers est constatée sur certains secteurs de la ville.



Synthèse et enjeux du centre historique : site patrimonial remarquable – site UNESCO et tour des remparts

Site patrimonial remarquable :

- Toute publicité et préenseignes est interdite
- Dispositifs existants autorisés jusqu'à 2 ans après caducité du RLP
- Possibilité d'intégrer une dérogation à cette interdiction dans le nouveau RLP (comme cela avait été le cas en 1998)

Enjeux

- Préservation/valorisation de la qualité du site patrimonial remarquable et de ses abords :**
 - Valorisation et lisibilité du patrimoine bâti
 - Valorisation de l'image de la ville (site touristique)
- Tout en conservant des supports d'information municipale,** nécessaires à la valorisation de la ville

Pistes de travail

- Maintenir un affichage limité en densité et format / éventuellement le réduire
- Une vigilance à porter sur une éventuelle ouverture à l'affichage numérique, qui peut avoir un impact non négligeable sur la perception du paysage urbain : à encadrer

A.4.3 | Enseignes : diagnostic par type de secteur

Les enseignes sont présentes dans tous les tissus urbains et essentiellement sur les pôles d'activité tels que :

- Le centre-ville
- Les zones d'activité, dont zones commerciales
- Les axes et pôles commerciaux de proximité

Centre historique

Dans ces secteurs majoritairement historiques, à forte valeur architecturale, les enseignes jouent un rôle majeur dans la perception du patrimoine bâti et du tissu urbain.

Le centre historique comprend principalement des enseignes de qualité, qui s'intègrent de façon harmonieuse au bâti, par leur couleur, le nombre, l'esthétique et une emprise discrète sur le bâti.

Certaines enseignes sont réalisées en lettrages découpés ou peints sur la devanture.

Exemples :





Cependant, on retrouve des enseignes apposées sur des éléments d'architecture de façade tels que les balcons.

Exemples :



Les devantures ci-dessous présentent des couleurs et/ou supports parfois peu harmonieux avec le bâti avec une emprise visuelle parfois imposante sur les façades.

Exemples :



On retrouve également la problématique des enseignes sur baie.

Exemples :





Des enseignes peuvent être en grand nombre sur certains bâtiments.

Exemples :



Certains bâtiments sont agrémentés d'enseignes perpendiculaires aux étages qui font perdre de la lisibilité aux façades

Exemples :



D'autre part, certaines enseignes multiplient les affichages au sol avec des chevalets notamment.)



Synthèse et enjeux presentis du centre historique

Dans le centre historique, les enseignes jouent un rôle majeur dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural

- Pas de dispositions spécifiques prévues au RLP de 1998
- Des dispositions et recommandations dans le PSMV en site patrimonial remarquable

Un regard de l'ABF qui permet aujourd'hui d'avoir un grand nombre d'enseignes qualitatives

- La nécessité toutefois d'assoir juridiquement les règles à travers le RLP

Enjeux du RLP

- La valorisation du site patrimonial remarquable, du patrimoine architectural : amélioration de la qualité et de l'intégration architecturale de certaines enseignes

Une réflexion à mener sur le développement des enseignes numériques : dans les vitrines et à l'extérieur

- La valorisation des abords du SPR (tour des remparts)



Exemples d'enseignes numériques dans les vitrines

A.4.3.4 | Faubourgs et zones d'activités

Sur les faubourgs et zones d'activités, on retrouve des enseignes discrètes, de faible emprise visuelle avec un nombre et un format limité et s'inscrivant généralement dans le volume.



Ce sont des **enseignes plus impactantes** du fait de :

- leur nombre pour une même activité
- leur cumul avec les publicités et préenseignes le long des entrées de ville
- leur format
 - Concerne essentiellement les enseignes scellées au sol

Ces enseignes impactent de plusieurs manières :

- Une forte emprise visuelle
- Un impact sur la lisibilité des façades commerciales, la qualité de l'environnement perçu
- Une perte de lisibilité des différentes informations





Synthèse et enjeux pressentis des faubourgs et zones d'activité

Comme les publicités et préenseignes, **les enseignes jouent un rôle important dans la perception du paysage urbain**

- Essentiellement les enseignes scellées au sol qui jouent un rôle sur la qualité des entrées de ville notamment

Enjeux du RLP

- L'amélioration de la qualité des entrées de ville** : une attention à porter en particulier sur les dispositifs installés au sol et sur toiture
- La qualité du cadre de vie quotidien** : adaptation des supports et formats au tissu urbain

Partie B | Orientations

Partie C | Justification des choix des règles et des motifs de délimitation des zones

C.1 | La délimitation des zones du règlement local de publicité

AVIGNON

Ville d'exception

Règlement Local de publicité de la ville d'Avignon