

AVIGNON
Ville d'exception

BILAN DE LA CONCERTATION SUR LE PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

(Annexe de la délibération du Conseil Municipal du 29 novembre 2025)



1. Rappels des modalités de la concertation définies au départ de la procédure

Par délibération du Conseil Municipal n°21 en date du 19 décembre 2020, la Ville d'Avignon a décidé de lancer une procédure de révision du Règlement Local de Publicité en définissant les objectifs de la démarche. Cette délibération a également été l'occasion de définir les modalités de concertation qui seraient mises en œuvre.

Rappel des modalités définies dans la délibération du Conseil Municipal du 19 décembre 2020 :

- mise en ligne sur le site internet de la ville d'Avignon de supports de présentation illustrant les enjeux et les objectifs du RLP révisé permettant de prendre connaissance des principaux éléments du projet de RLP tout au long de la procédure,
- mise à disposition du public d'un registre de concertation permettant de formuler des observations ou propositions tout au long de la procédure de révision du RLP,
- organisation d'une ou plusieurs réunions publiques dont la forme a été adaptée aux conditions sanitaires afin de présenter les objectifs et les mesures du projet de RLP.

Le présent document constitue le bilan final de la concertation préalable. Il retrace les différentes étapes de la concertation et en identifie les principaux apports.

2. Première étape de la concertation : faire connaître la démarche, partager le diagnostic et les enjeux

Le partage du diagnostic et des enjeux avec les citoyens, les acteurs économiques et associatifs s'est effectué au travers de réunions organisées les 6 et 12 décembre 2022.

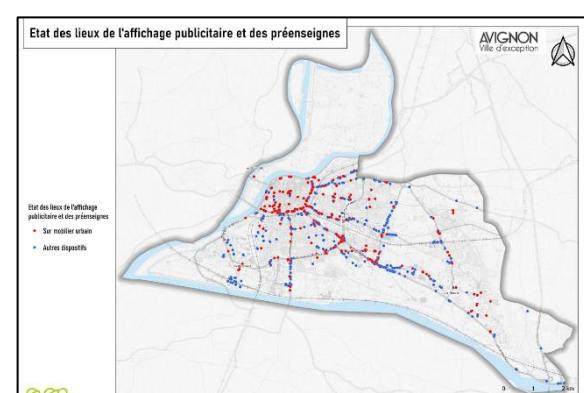
Lors de ces réunions, l'enjeu était en premier lieu de sensibiliser les participants à l'outil RLP de façon pédagogique : quels sont les dispositifs que réglementent le document, exemples concrets de dispositifs, les règles nationales etc.

Extraits de la présentation des réunions de décembre 2022 :

Quizz

De quel type de dispositifs s'agit-il ?

PUBLICITÉS
PRE-ENSEIGNES ✓
ENSEIGNES



L'objectif était également de partager les résultats de l'inventaire publicitaire et de présenter le diagnostic paysager.

Ces réunions ont réuni une dizaine de participants.

Les acteurs économiques et les afficheurs ont précisé que la pollution visuelle route de Marseille était essentiellement due à la présence des enseignes plus que de la publicité. Ils ont également alerté la Ville sur la nécessité de faire appliquer la règle nationale et à terme le RLP au risque, sinon, que les effets ne soient pas visibles sur le paysage et que seuls les « gros » afficheurs se mettent en conformité. Ces derniers ont également rappelé leur rôle important pour le dynamisme économique, le commerce et le tourisme. Ils comprennent la démarche d'élaboration d'un RLP mais ont souhaité sensibiliser la Ville sur le choix des règles, des formats en particulier, qui doivent permettre de conserver de la visibilité, en particulier sur le domaine privé (panneaux plus éloignés de la voie).

Les associations de protection du paysage et du patrimoine pensent quant à elle que l'intérêt de ce type de publicité est à requestionner et à nuancer. Les secteurs à enjeux doivent plus particulièrement être protégés : tour des remparts, patrimoine végétal, faubourgs etc.

3. L'élaboration du volet réglementaire

La concertation sur le volet réglementaire a d'abord été menée en s'appuyant sur les conseils de quartier en juin 2023. Regroupés sur trois temps d'échanges, le but était de présenter aux participants le projet d'orientations issues du diagnostic et de travailler sur leur traduction réglementaire.



Ces temps de travail ont réuni une dizaine de participants. Ces derniers se sont montrés très sensibles à la question de la réduction de la publicité et de la protection du paysage. Sont ressorties de ces ateliers les pistes de traduction réglementaire suivantes :

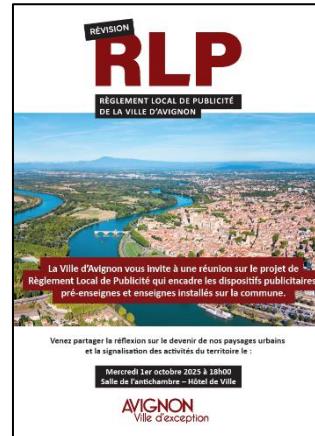
- Une réglementation cohérente avec l'identité propre à chaque quartier
- Une interdiction du numérique jugée très impactante pour le cadre de vie
- Une attention particulière à apporter aux entrées de ville qui sont le plus touchées par la pollution visuelle alors qu'elles représentent la première et la dernière image de la Ville
- La nécessité de ne pas faire du centre ancien / touristique une zone très stricte au détriment des autres quartiers qui nécessitent aussi une attention et plus particulièrement une qualité des enseignes

Sur la base de ces échanges, le projet de règlement écrit et graphique a été construit et a été présenté aux citoyens, aux conseillers de quartier, au monde associatif, aux acteurs économiques et aux commerçants lors d'une réunion le 1^{er} octobre 2025.

Cette réunion a réuni une quinzaine de personnes. Ces dernières ont tous relevé le degré d'ambition du RLP. Les afficheurs ont jugé certaines zones trop strictes et certains formats trop restrictifs. Toutefois, ces points sont bien en cohérence avec les orientations souhaitées pour le territoire et permettent le maintien de possibilités d'affichage en particulier dans les secteurs stratégiques. Les afficheurs ont également alerté sur l'illégalité de certaines règles

comme l'interdiction totale du numérique et sur les difficultés de compréhension et donc d'application de la règle d'inter distance. Les acteurs économiques ont également signalé l'incohérence de certaines règles sur les enseignes d'une zone à l'autre.

Affiche et photos de la réunion publique du 1er octobre 2025 :



4. Les outils de communication déployés tout au long de la démarche

Tout au long de la démarche, plusieurs outils ont été déployés pour informer le public de l'avancée de la procédure, partager les documents de travail et permettre au public de formuler des remarques selon une identité visuelle définie au démarrage de la démarche pour faciliter l'identification du sujet :

- Le site internet : définition de la réglementation sur l'affichage publicitaire, information sur l'élaboration du RLP (lien vers la plateforme de concertation), autorisations à solliciter, informations sur la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure

<https://www.avignon.fr/mes-demarches/je-suis-commercant-artisan/commerçants-artisans/reglement-local-de-publicite-et-taxe-locale-sur-la-publicite-exterieure>

- La plateforme de concertation : outil de concertation numérique mis en place à la suite de la phase diagnostic ayant permis de partager les documents de travail (diagnostic, orientations, présentation du règlement écrit et graphique)

<https://ieparticipe.avignon.fr/project/reglement-local-de-publicite/presentation/reglement-local-de-publicite>

- La lettre de concertation : lettre d'information sur l'avancée de la démarche mis en ligne sur le site internet de la Ville : calendrier de la démarche, avancement, définition du RLP, moyens d'information et indications des modalités permettant de donner son avis
- Les registres de concertation papier : mis en place dans l'ensemble des mairies de quartier pour permettre aux citoyens de formuler des remarques sur le projet de RLP

Extraits de la plateforme de concertation :

Ici, vous pouvez télécharger les documents de travail utilisés pour le nouveau Réglement Local de Publicité.

- Révision du Règlement Local de Publicité (RLP) - Débat sur les orientations générales.pdf
- Support des débats et orientations.pdf
- Projet Diagnostic RLP Avignon Octobre 22.pdf
- Projet règlement écrit et graphique RLP.pdf
- Feuille de présence réunion publique RLP.pdf
- CR_Réunion_RP_011025.pdf

Exemple d'une lettre de concertation :

5. Les apports de la concertation

Les différentes réunions ont réuni environ 35 personnes au total. Elles ont permis d'alimenter la construction du Règlement Local de Publicité. La diversité des personnes présentes aux différentes réunions a reflété les différents enjeux à concilier dans le document.

En effet, les citoyens et les associations de protection du paysage et du patrimoine ont largement exprimé leur volonté de réduction de l'affichage publicitaire. Même si l'idée est aussi de revoir en profondeur le modèle économique sous-jacent à la publicité, les participants ont avancé des arguments concrets visant à la protection des quartiers résidentiels, du tissu de faubourgs en particulier mais également du patrimoine bâti et végétal. Ils insistent aussi sur la nécessité d'homogénéiser les règles sur l'ensemble du territoire communal et pas seulement pour le centre-ville dont les enjeux patrimoniaux sont plus reconnus. Chez les citoyens et le monde associatif, la question du numérique est jugée très impactante pour le paysage, pour les consommations énergétiques mais également pour la biodiversité et doit être évitée.

De leur côté, les afficheurs et les acteurs économiques partagent l'idée globale de dé-densifier les dispositifs mais rappellent que la publicité est bien un outil pour le développement des entreprises. Ils souhaitent qu'un équilibre soit trouvé pour permettre la signalétique des acteurs économiques sur des zones dans lesquelles il y a de l'audience et de la visibilité. Les afficheurs alertent sur les règles de format devant correspondre à leurs systèmes de production. Ils insistent enfin sur les moyens d'application et de contrôle des règles nationales et du futur RLP.

La concertation a ainsi permis de co-construire le projet de RLP. En effet, les choix réglementaires permettent un degré de contraintes plus ou moins important en fonction des caractéristiques des tissus urbains, des enjeux paysagers et patrimoniaux et des besoins de signalisation des entreprises. Les remarques formulées par les participants des réunions publiques ont permis l'ajustement de certaines règles : autorisation du numérique en zone d'activité économique et commerciale sur des dispositifs de 4m² maximum, encadrement des dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines, mise en cohérence et assouplissement du nombre d'enseignes par zone, ajustement de la règle d'inter distance.