

R L P

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE LA VILLE D'AVIGNON



PUBLICITÉ



PRÉ-ENSEIGNE



ENSEIGNE

RAPPORT DE PRESENTATION

Version pour arrêt

AVIGNON
Ville d'exception

Accusé de réception en préfecture
084-218400075-20251129-lmc1X01000218fc-DE
Date de télétransmission : 04/12/2025
Date de réception préfecture : 04/12/2025

Sommaire

PREAMBULE	4
PARTIE A DIAGNOSTIC	6
1. CONTEXTE COMMUNAL	7
2. CONTEXTE REGLEMENTAIRE.....	32
3. BILAN DU RLP DE 1998	48
4. ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES.....	51
PARTIE B ORIENTATIONS	92
1. ORIENTATION GENERALE	95
2. LES ORIENTATIONS EN MATIERE DE PUBLICITE ET DE PREENSEIGNES	96
3. LES ORIENTATIONS EN MATIERE D’ENSEIGNES	99
PARTIE C JUSTIFICATION DES CHOIX DES REGLES ET DES MOTIFS DE DELIMITATION DES ZONES	100
1. LA DELIMITATION DES ZONES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	101
2. JUSTIFICATION DES DISPOSITIONS APPLICABLES A L’ENSEMBLE DE LA COMMUNE.....	104
3. JUSTIFICATION DES DISPOSITIONS PARTICULIERES A CHAQUE ZONE DE PUBLICITE ET TRAME.....	112

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

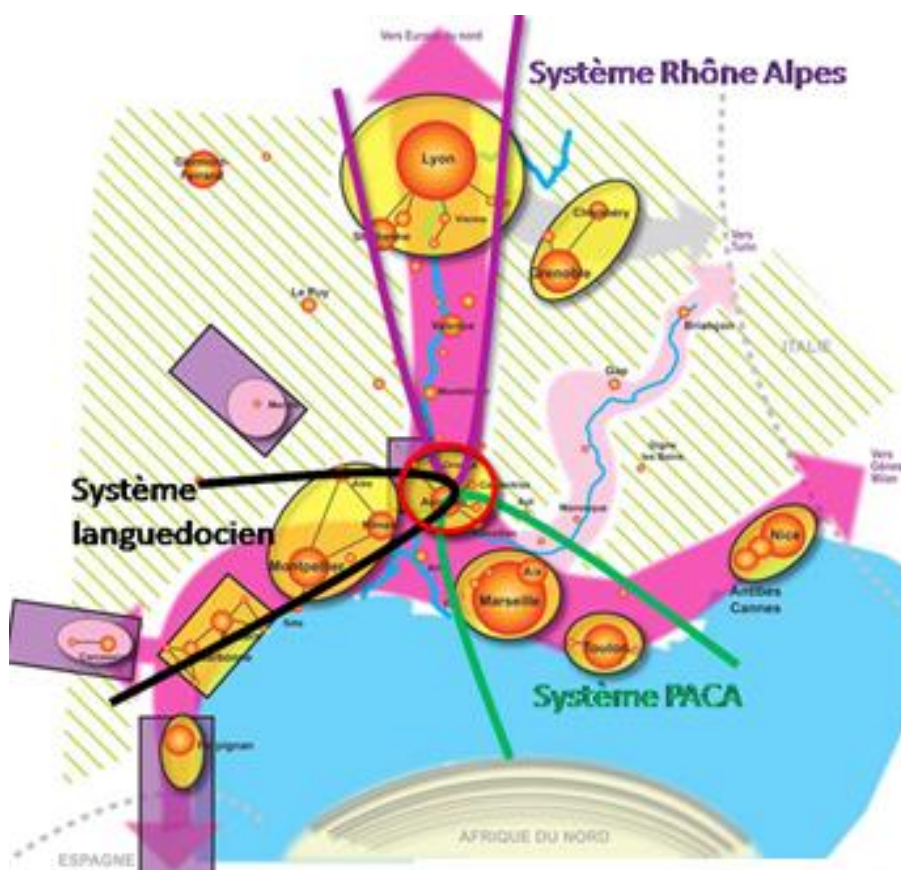
1. Contexte communal

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

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.

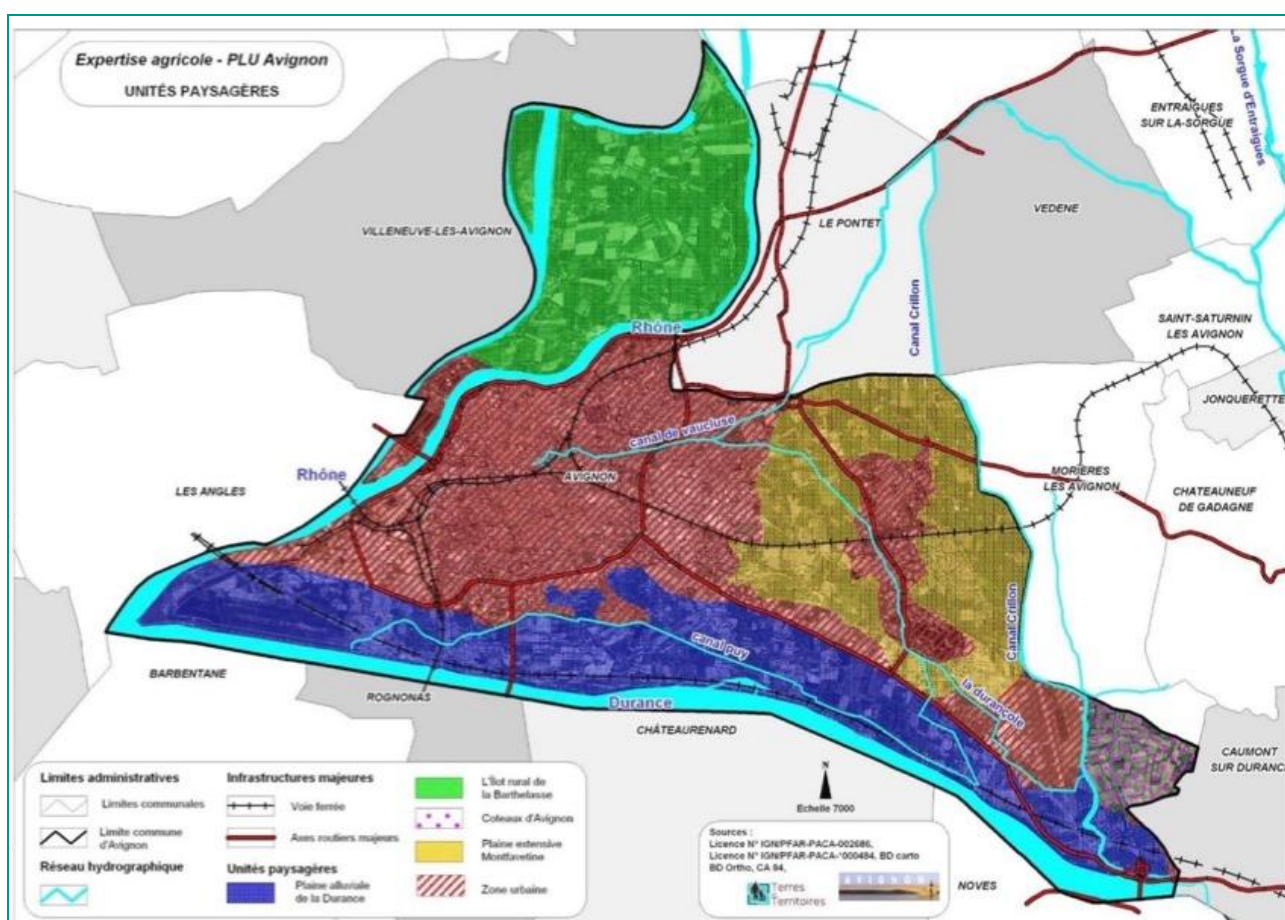
Cette étendue bocagère est rapidement barrée par d'importants reliefs et plateaux :

- 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.

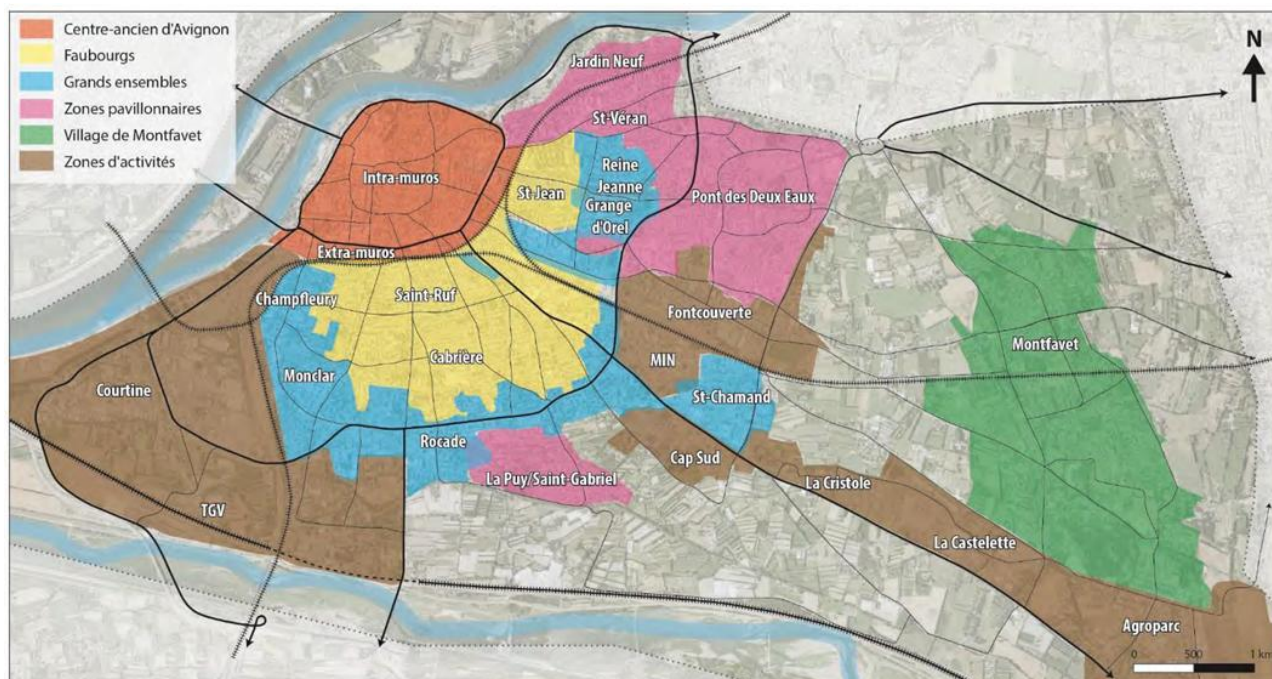
La Ville d'Avignon a une longue histoire urbaine. Le site d'Avignon a une position stratégique, celui de la confluence entre Rhône et Durance, une plaine limoneuse et fertile, en partie marécageuse, dont émerge un bastion rocheux, le rocher des Doms. Ce site fluvial, composé d'une succession d'îles (la 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.

La ville s'est développée par étapes successives :

- centre historique, implanté depuis l'antiquité puis élargi au moyen-âge, il reste circonscrit à l'intérieur de ses murs d'enceinte ;
- première couronne, développée extra muros à partir du 19ème siècle, avec l'arrivée du chemin de fer et la gare, jusqu'aux boulevards Sud Jules Ferry, Jacques Monod, Sixte Isnard et de la Première Division Blindée ;
- deuxième couronne, développée jusqu'à la rocade Charles de Gaulle avant/après-guerre, où s'entremêlent groupes d'immeubles collectifs premiers grands ensembles et lotissements, sous forme d'extensions moins homogènes et en rupture avec l'architecture d'avant-guerre ;
- troisième couronne, développée à partir des années 1970 au-delà la rocade Charles de Gaulle -qui marque une coupure forte entre quartiers- sous forme hétérogène, peu structurée et monofonctionnelle, avec les premières zones d'activités et le développement des zones pavillonnaires ;
- l'entrée de ville Sud (route de Marseille/av. Pierre Sémar), développée avec l'arrivée de l'A7 / RD907, sous forme de grandes zones commerciales (Cap Sud) et de l'aéroport ;
- Montfavet, ancienne commune au cœur médiéval, qui a également connu un fort développement à partir des années 1960, principalement sous forme pavillonnaire et délimité par une ceinture verte.

L'évolution de la tache urbaine est marquée par un croissance encore contenue en seconde couronne jusqu'au milieu du 20ème siècle, suivi d'une forte diffusion, principalement après les années 1970, avec l'habitat pavillonnaire et les zones d'activités périphériques



Les différents quartiers d'Avignon selon leurs densités et leurs formes urbaines (source : aurav)

Le **centre intra et extra-muros d'Avignon** constitue une centralité majeure du territoire avignonnais. Il est composé :

- du centre historique intra-muros, caractérisé par sa forte valeur patrimoniale, avec un tissu homogène de trame médiévale, parcellaire exigu, constitué d'un maillage radioconcentrique avec ruelles étroites, un bâti implanté à l'alignement (R+2/3), des espaces publics de qualité, piétonnisés, à forte valeur symbolique, de nombreux commerces et équipements et de grands édifices remarquables protégés (MH, Sites inscrits et classés, secteur sauvegardé, Patrimoine mondial de l'UNESCO). Un PSMV couvre l'intégralité du centre ;
- du « tour des remparts », entre la ceinture fortifiée et les emprises ferroviaires. Ce secteur extra-muros joue un rôle fondamental dans le fonctionnement de la ville : zone d'échange, soumise à forte circulation, accueillant la gare SNCF et routière, le TCSP et lignes de bus le long de la ceinture de boulevards, de nombreux commerces et équipements. Ce secteur présente un tissu urbain et architectural hétérogène.

Les faubourgs :

- De caractère résidentiel, les faubourgs sont caractérisés par une trame bâtie très structurée composée de petites maisons de villes mitoyennes implantées au nord des parcelles de manière à dégager des jardins au sud.
- Ce secteur présente un certain nombre de maisons remarquables et de jardins.
- Les commerces équipements et parcs sont concentrés sur les avenues P. Séward, Monclar et St-Ruf, créant des « centralités » linéaires.

Les grands ensembles :

- Immeubles collectifs résidentiels d'après-guerre développés de part et d'autre de la rocade Charles-de-Gaulle ;
- Des quartiers refermés sur eux-mêmes, contraints par les emprises ferroviaires et la rocade qui constituent des barrières physiques fortes ;
- Des centralités commerciales de quartiers développées le long de la rocade C. de Gaulle, av. Montclar et P. Séward ; Une morphologie caractéristique des grands ensembles : barres et tours de hauteurs variables (R+4 à R+13), avec des surfaces d'espaces libres importantes ;
- Des espaces publics internes aux quartiers très minéraux, peu structurés et peu lisibles, avec une place prédominante de la voiture et un manque de cheminements pour les modes actifs ;
- Un habitat social vétuste et dégradé, inclus dans les périmètres d'actions de la politique de la ville, ayant bénéficié de nombreuses opérations de renouvellement urbain qui ont générés des transformations significatives et qui se poursuivront avec le NPNRU ;
- Des projets urbains constituant des opportunités de requalification : tramway, parc St-Ruf, chemin des canaux, plaine des sports.

Les zones pavillonnaires :

- Secteurs principalement développés dans la seconde moitié du 20ème siècle, à l'est et au sud, en limite des zones agricoles et déconnectés du centre-ville par la rocade ;
- Espaces résidentiels, bénéficiant de petites centralités commerciales intégrées au tissu urbain ;
- Un urbanisme réalisé au coup par coup, sous forme de lotissements, de ZAC ou d'habitat libre, caractérisé par une juxtaposition de formes et un manque de continuités et de liens avec le tissu bâti environnant (voies introverties ou en impasse) ;
- Les bâtiments sont généralement implantés en milieu de parcelles ou mitoyennes, en R+1 ;
- Les projets Bel-Air, Joly-Jean, Mathe Grand Riban / Sacristie et Route de Lyon offrent des opportunités de renouvellement urbain et de greffe urbaine.

Montfavet :

- Un centre villageois bénéficiant d'un certain dynamisme (commerces, équipements, espaces publics, gare), présentant un bâti mitoyen en R+2 aligné sur rue ;

- Des secteurs résidentiels qui se sont étalés de part et d'autre de la voie ferrée : de forme groupée au nord et d'habitat isolé au sud ;
- Des problématiques de liaisons inter-quartiers et une barrière physique forte liée à la voie ferrée ;
- Des équipements d'intérêt communautaires : gare, hôpital, pôle d'Agroparc au sud et aéroport ;
- Des projets : gare/pôle multimodal ; densification secteur gare / centre villageois ; requalification du cœur du village ; création d'une nouvelle centralité Montfavet-Agroparc complémentaire au cœur villageois
- Les foins de Montfavet créent une ceinture verte, rupture d'urbanisation avec Avignon et espace de respiration accessible aux urbains.

Les zones d'activités :

- Des zones d'activités généralement implantées en périphérie, en situation stratégique d'entrée de ville, créant de vastes espaces concentrés sur deux secteurs (Ouest : Courtine/gare ; Est : route de Marseille) ;
- Des anciennes espaces monofonctionnels avec un déficit de qualité urbaine au sein de la zone commerciale d'Avignon-Nord le long de la route de Marseille (image, fonctionnement interne et d'accessibilité) ;
- Des espaces reliés aux grands équipements de desserte : gare d'Avignon TGV, équipement à rayonnement supra-communal et national et assurant une liaison avec la gare du centre-ville ; aéroport sur Agroparc ;
- Des zones d'activités nouvelle génération, avec des projets mixtes et paysagers, d'envergure métropolitaine structurés autour des grands équipements : Courtine-Confluence, autour de la gare TGV, reliée à la gare centre ; Agroparc, à proximité de l'aéroport et qui sera relié au centre de Montfavet.

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 PSMV 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 Mouret » (12-10-95) ;

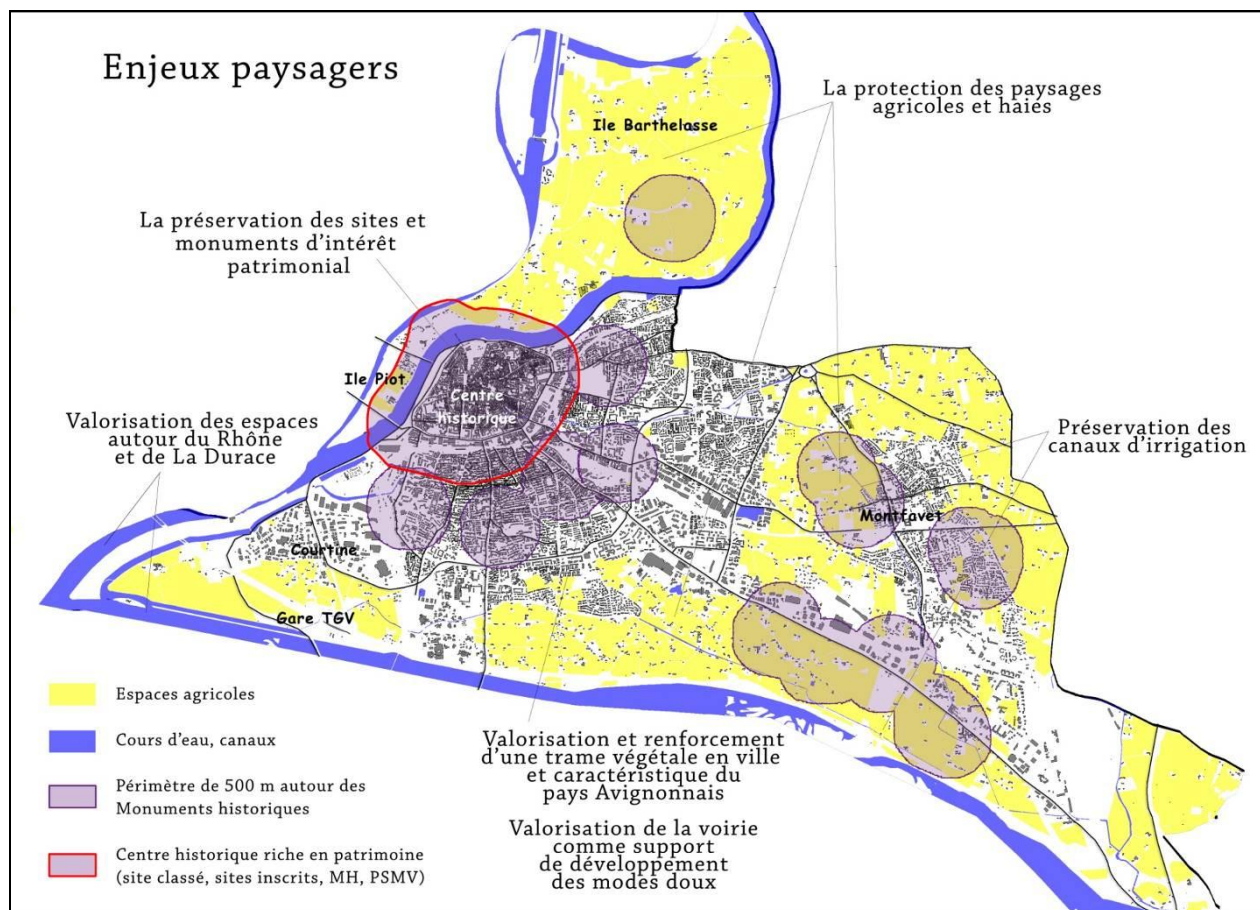
De plus, la très grande richesse historique et préhistorique du territoire avignonnais se traduit par une **série de gisements archéologiques** qui ont tous fait l'objet de fouilles systématiques.



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.

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 XIX^{ème} 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 XIX^{ème} 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 Sépard, 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.

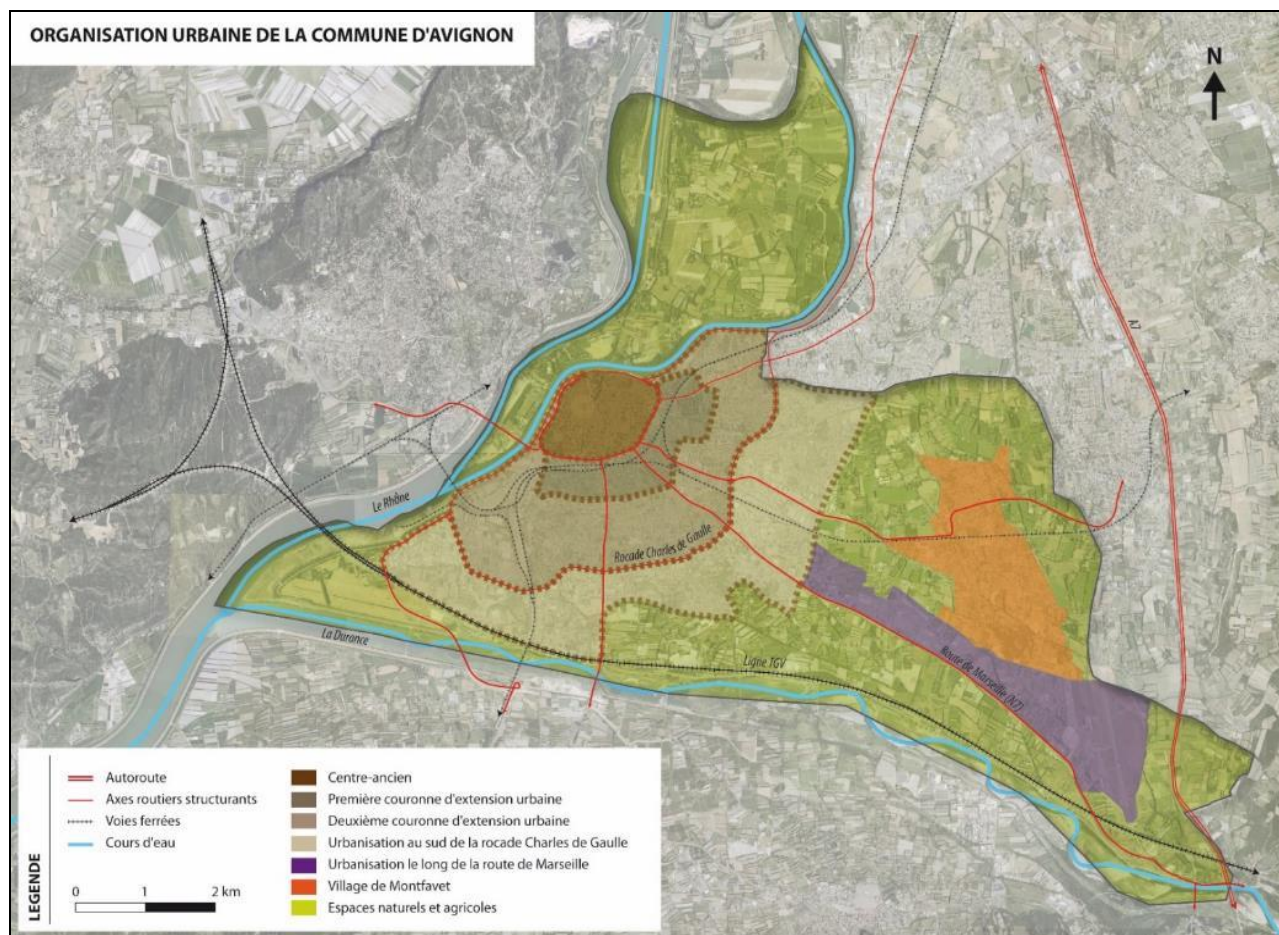
- **Troisième couronne en appui de la rocade Charles de Gaulle :** Développé au-delà de la rocade qui constitue une barrière physique et une coupure forte entre quartiers, ce secteur périphérique repose sur une hétérogénéité des formes urbaines et des fonctions. En rupture avec la deuxième couronne, 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 d'opérations d'ensemble.

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 Sépard et devient davantage urbanisée : centre commercial de Cap Sud, puis habitat collectif de la Barbière et maisons de village des faubourgs longent cette voie. Ce secteur comprend également l'opération d'aménagement Bel Air, devant permettre de créer une couture urbaine entre le quartier de St Chamnd et la zone commerciale Cristole / Castelette faisant elle-même l'objet d'une réflexion sur sa transformation (Plan de Transformation de la Zone Commerciale).

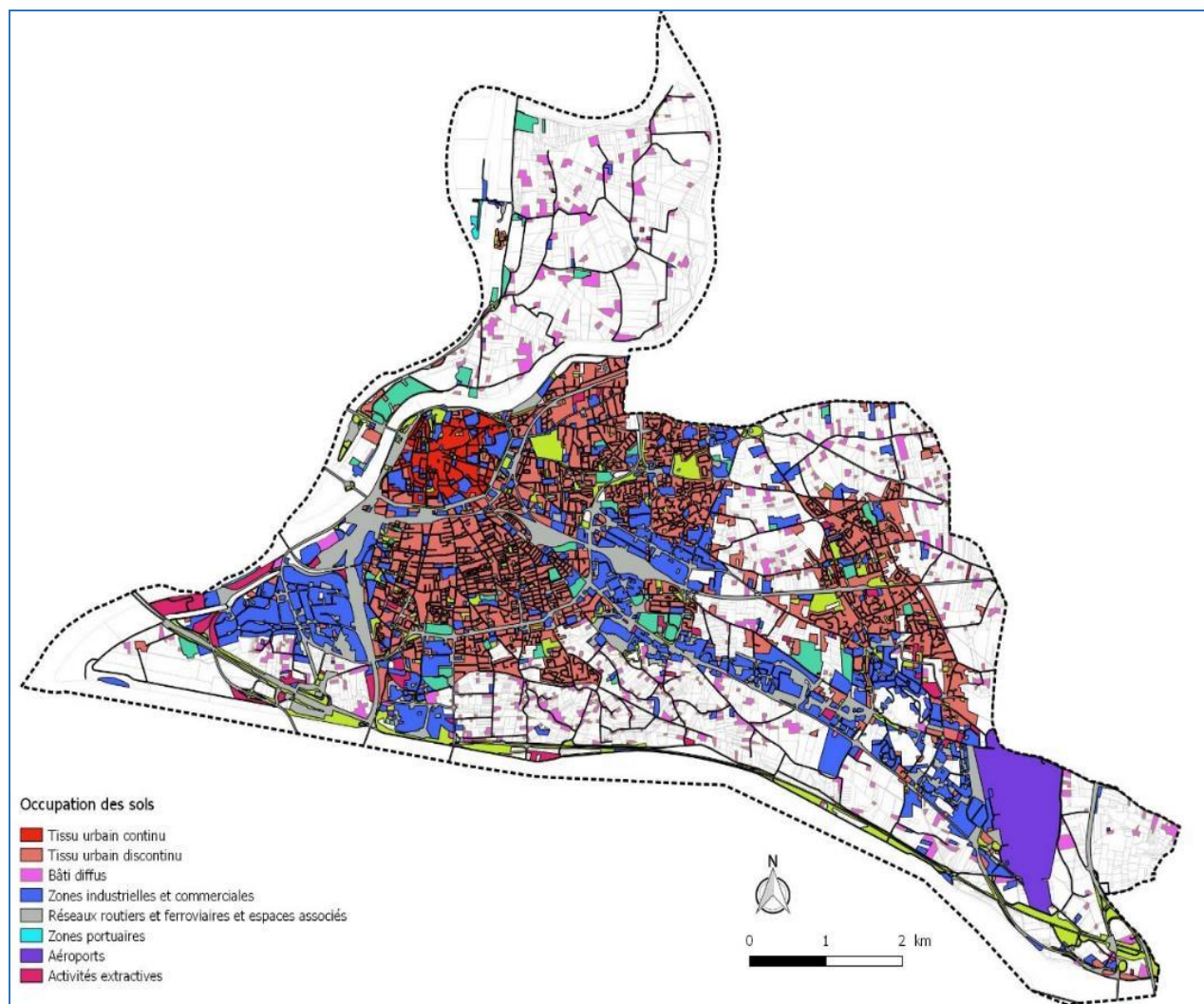
- **Montfavet :** Ancienne commune rattachée à Avignon à la fin du XVIII^{ème} siècle, le village de Montfavet constitue un écart d'urbanisation distant d'environ 5 km du cœur de la cité médiévale. Disposant d'une dynamique propre, il présente un tissu à dominante pavillonnaire constitué autour du centre 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 constituent une centralité urbaine commerciale majeure d'Avignon.

Contexte viaire

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

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.

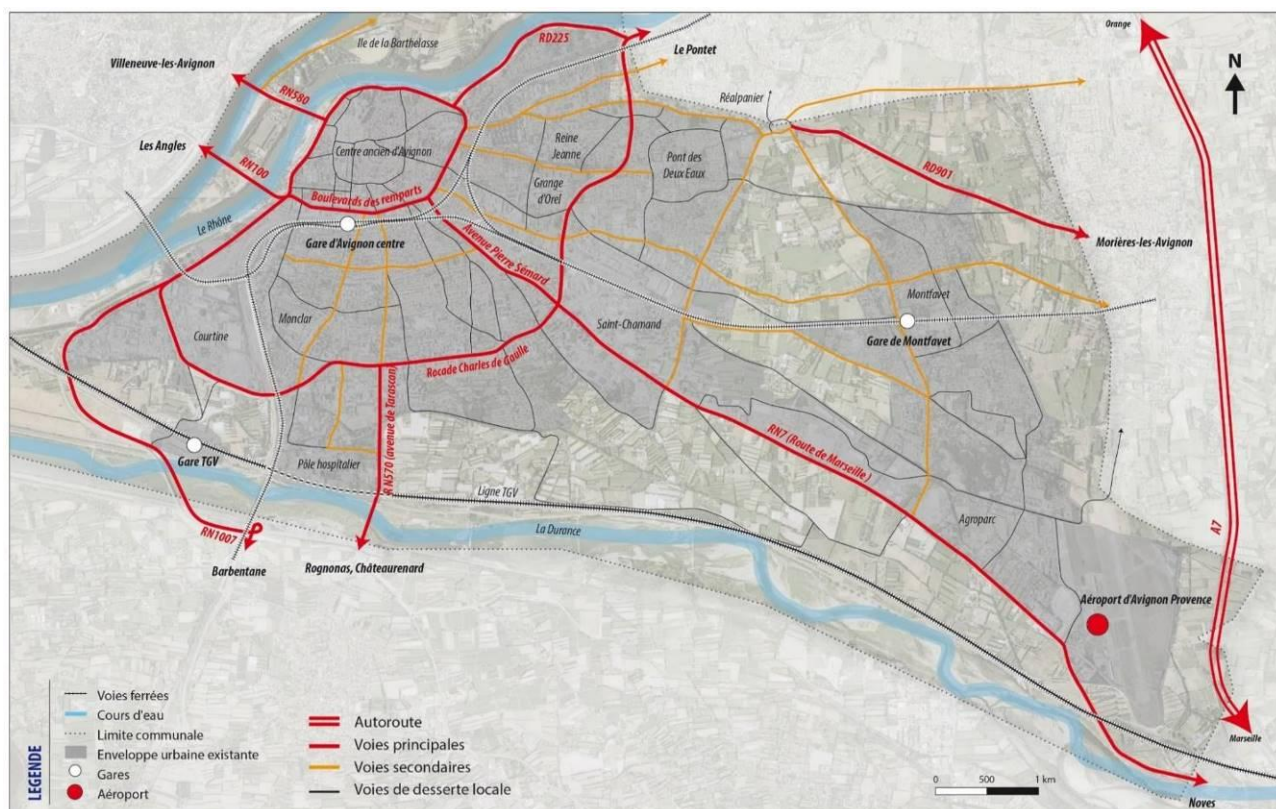
NB : Supportant un trafic quotidien de 78 000 véhicules en 2015, la RD225 est la pénétrante urbaine la plus importante devant la RN7 avec 44 000 véhicules/jour et la RN100 avec 53 000 véhicules.

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 Sémard 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

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 — Cavaillon — 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.

Le réseau de transports en commun

Le territoire d'Avignon est desservi par plusieurs type de réseaux de transports collectifs :

- Les réseaux interurbains des départements du Vaucluse (TransVaucluse), du Gard (Edgard), des Bouches-du-Rhône (Cartreize), de l'Ardèche (Le Sept) et de la région PACA (Ligne Express Régionale PACA) ;
- Le réseau urbain, le TCRA (Transports en Commun de la Région d'Avignon) qui est l'autorité organisatrice des transports à l'échelle du Grand Avignon.

Le réseau TCRA repose sur une vingtaine de lignes régulières dont cinq lignes « Fréquence+ » cadencées environ toutes les 15 minutes, permettant une desserte efficace des principaux pôles d'activités et de loisirs du Grand Avignon : universités, pôles d'activités économiques d'Agroparc, centre hospitalier H. Duffaut et zones commerciales.

Deux lignes CityZen et trois navettes assurent les liaisons entre les parkings relais et l'intra-muros et viennent compléter ces principales lignes. 31 services scolaires, six navettes ainsi qu'un service de transport à la demande (TAD) et de transport de personnes à mobilité réduite (TPMR) s'ajoutent également à ce réseau de lignes régulières.

Les remparts restent toutefois l'axe le plus chargé avec près de 550 passages de bus dans chaque sens dans la journée soit en moyenne un bus toutes les 1,5 minute dans chaque sens. Aux heures de pointe, cette fréquence est nettement plus forte.

La quasi-totalité des lignes interurbaines converge vers la gare TGV et la gare routière d'Avignon. Ces lignes desservent donc directement le centre-ville avec des interactions limitées entre réseau urbain et réseau interurbain. L'offre interurbaine est essentiellement scolaire avec près de la moitié des lignes offrant moins de 8 allers-retours dans la journée.

A ces lignes de bus s'ajoute le réseau de tramway desservant Avignon et son agglomération. Il est sous l'autorité du Grand Avignon et est géré par le réseau Orizo. Le tramway a été mis en service en 2019. Il comporte actuellement une unique ligne de 5,2 km, la ligne T1 reliant Saint-Chamand à Saint-Roch. Le projet d'une **extension** du tram a été adopté le 9 mars 2018. Le concernant, les études techniques et de circulation se poursuivent car le projet fait partie de l'ensemble du plan de déplacements délibéré en 2021.

L'organisation de l'affichage publicitaire (multiplicité de dispositifs sur les axes routiers) a été construite et déployée en fonction de l'usage de la voiture et de la configuration du réseau routier. Bien que les déplacements voiture soient encore très utilisés sur le territoire, d'importantes évolutions ont eu lieu ces dernières années en matière de développement des transports en commun et des modes actifs. La perception du paysage et de l'affichage publicitaire au vu de ces évolutions urbaines et d'usage 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.

Contexte économique

Source : projet de PLU, Rapport de présentation

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.

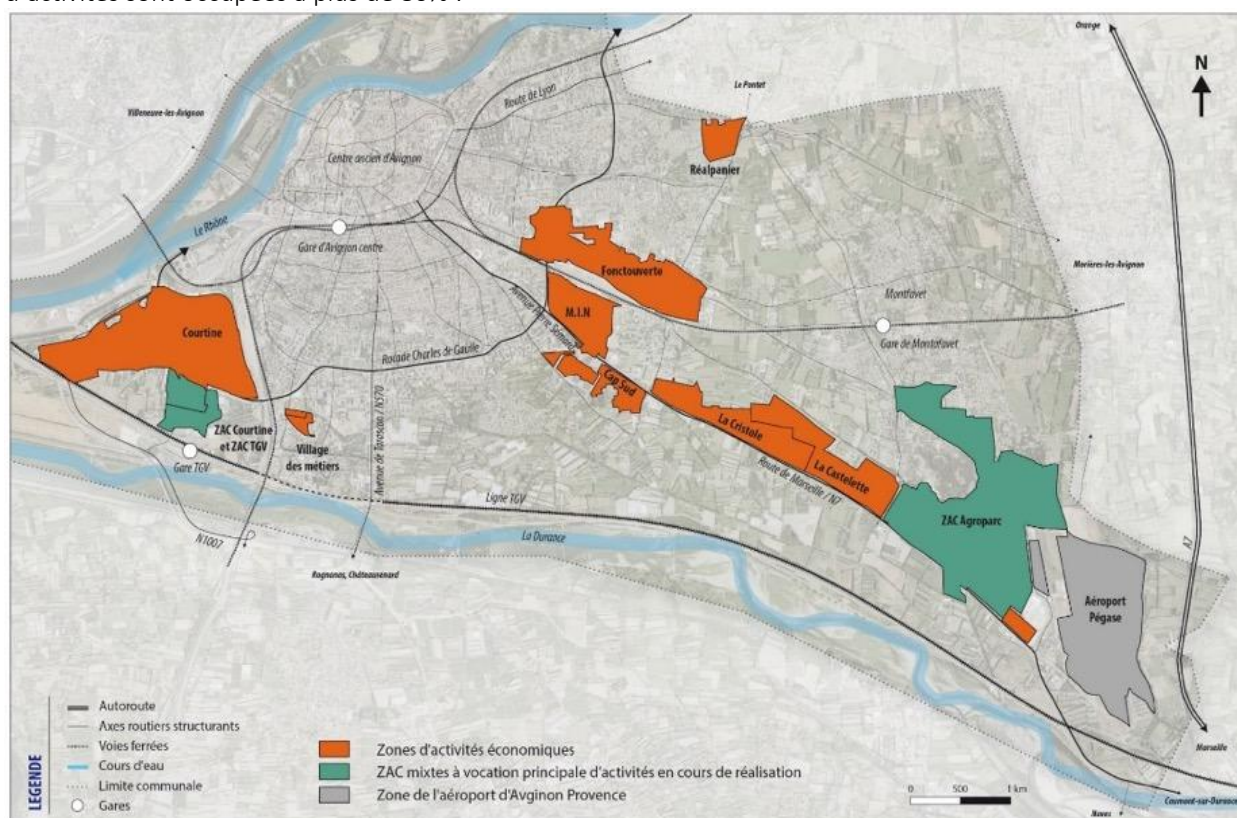
En termes d'espaces d'accueil des entreprises trois zones d'implantation majeures se dégagent :

- 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.

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 Ville d'Avignon, en partenariat avec Le Grand Avignon, a été lauréate d'un Appel A Projet de l'Etat dans le cadre d'Action Cœur de Ville 2 pour lancer une étude urbaine pour la transformation de la zone commerciale Cristole Castelette et plus globalement sur l'entrée de Ville Avignon Sud. Cette démarche doit permettre de :

- Définir le périmètre de l'entrée de ville sud
- Faire émerger un projet urbain global / projet de territoire partagé garantissant un équilibre entre commerce du centre-ville et commerces de l'entrée de Ville
- Définir une stratégie opérationnelle : plan d'actions (dont une stratégie foncière), répartition des rôles notamment entre le public et le privé, phasage...

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.

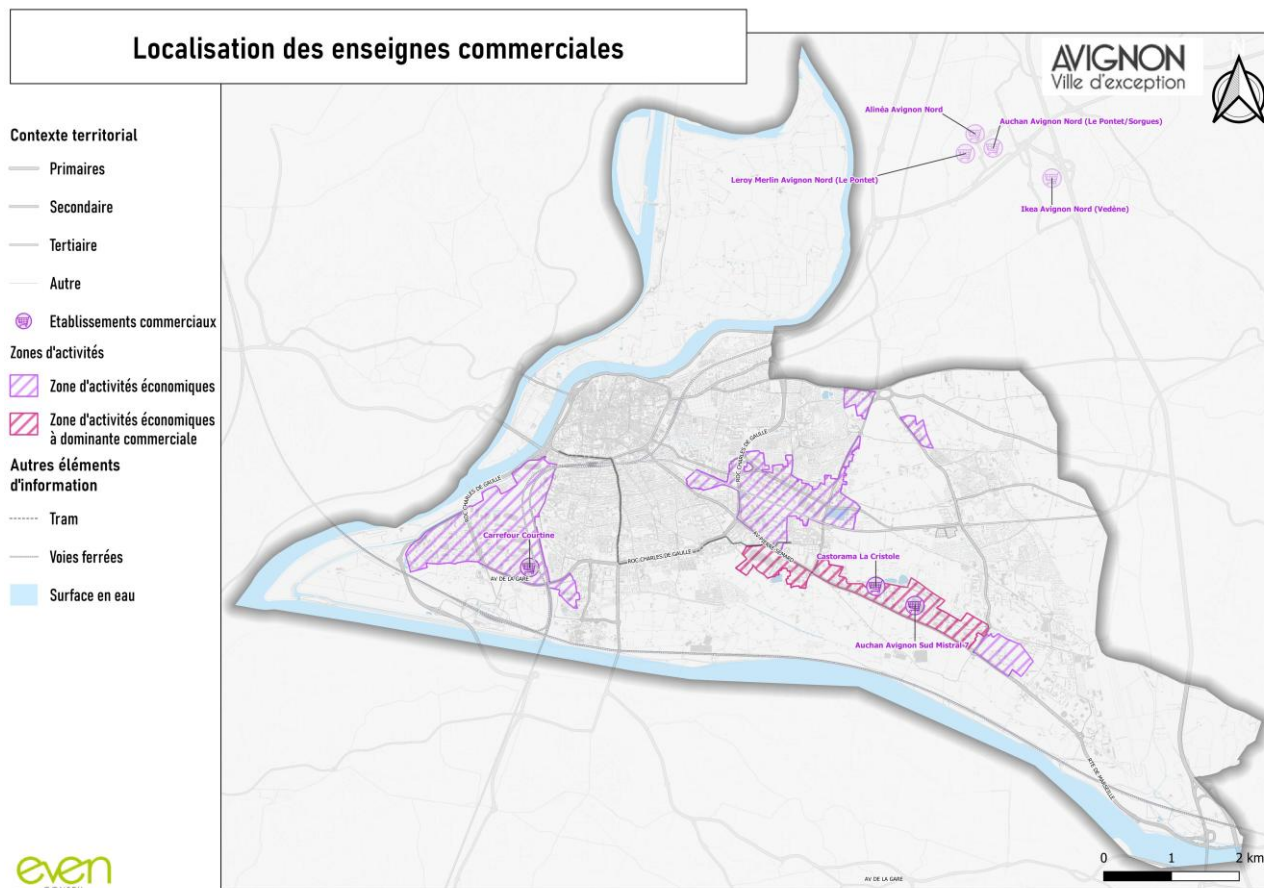
Le tissu commercial

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 – Ikéa 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.

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 donne lieu à de nouveaux projets tel que : le développement de la mobilité douce, de secteurs piétonnisés en centre-ville, création de nouveaux parcs et jardins remarquables, l'incitation à la consommation locale, le développement de marché 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 visibilité du territoire (promotion de produits locaux, sobriété, sensibilisation...), ce qui constitue un des enjeux du RLP.

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.

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 Sémar, 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 APAISEE ET DES PROXIMITES

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 ;

2. Contexte réglementaire

Dispositifs publicitaires concernés par le RLP

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 réglementés de la même manière par le RNP, ils sont abordés ensembles.)

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.

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.

Les périmètres réglementaires spécifiques

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 à Avignon :

Monuments historiques	151 monuments historiques classés ou inscrit
-----------------------	--

<i>Sites classés</i>	<p>2 sites classés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Place du Palais des Papes à Avignon - Promenade des Doms, son rocher et les Rampes d'accès - Rue des Teinturiers à Avignon
----------------------	--

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

▪ 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>151 monuments historiques</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Sites patrimoniaux remarquables	1 site patrimonial remarquable : centre-ville
Sites inscrits	<p>3 sites inscrits :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partie de l'île de la Barthelasse - L'ensemble urbain et de la rue des teinturiers à Avignon - L'ensemble formé par les immeubles nus et bâtis situés entre les remparts et le Rhône
Sites Natura 2000	2 sites Natura 2000 : « Rhône aval » et « Durance »

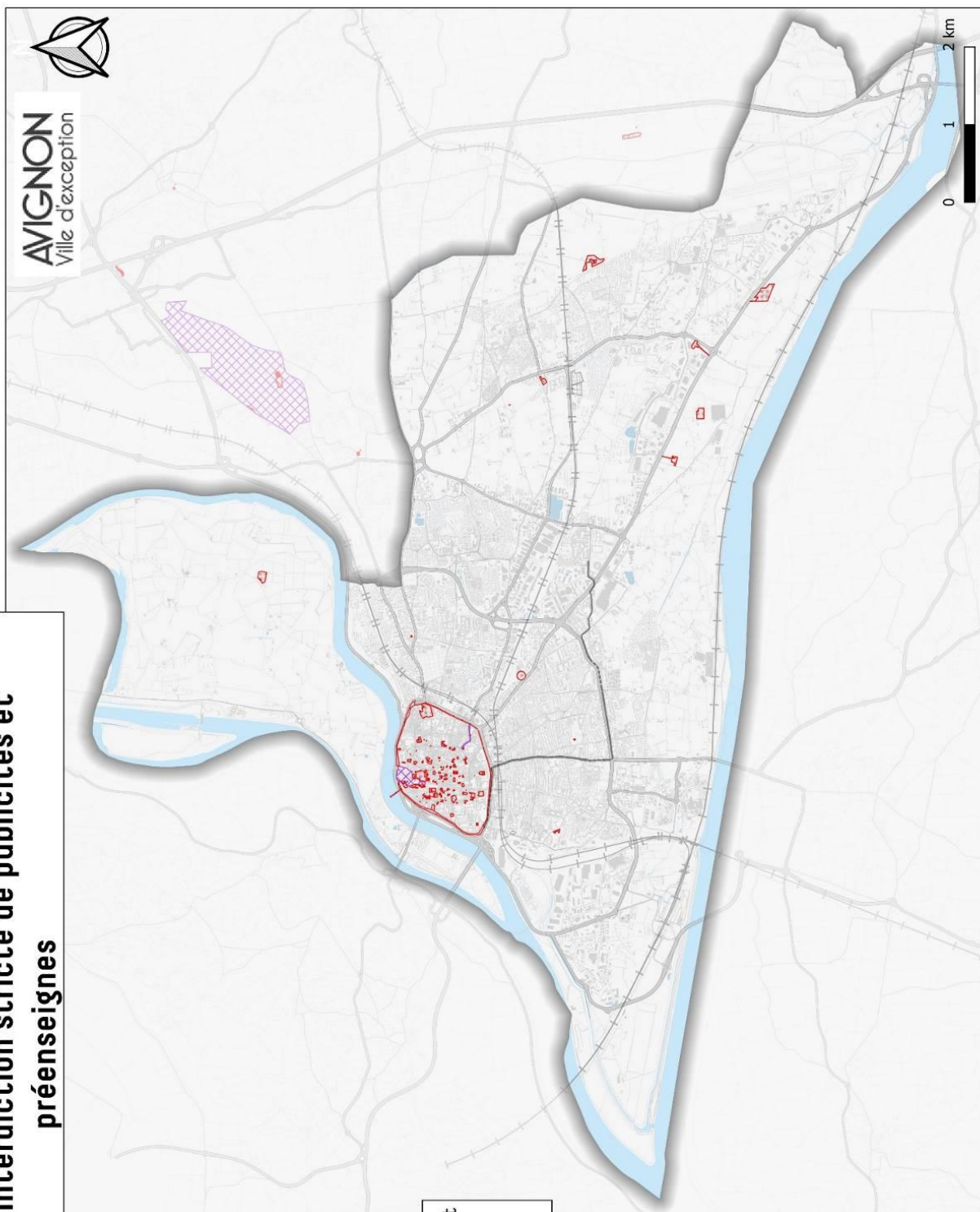
Art. L581-7 CE

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

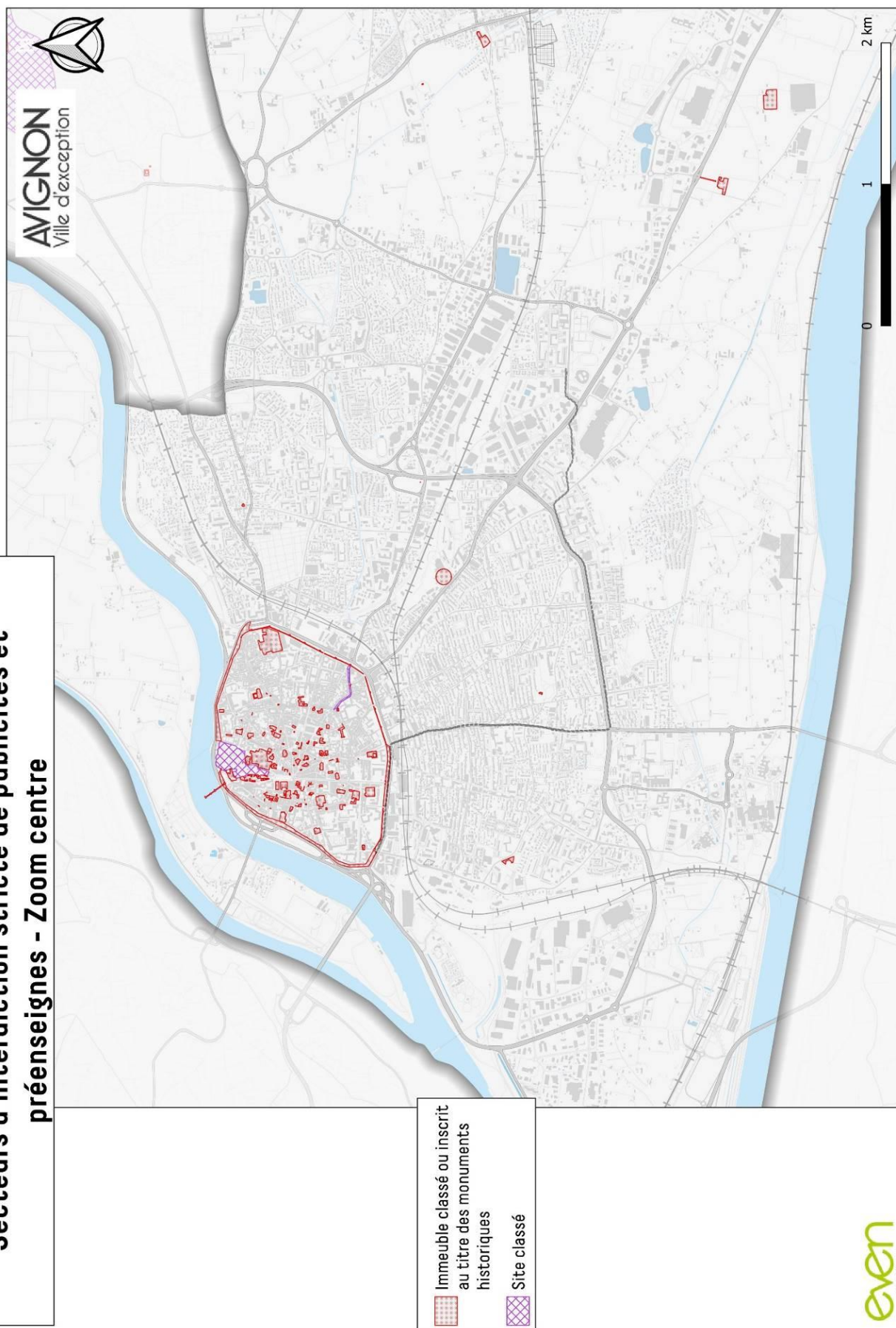
Secteurs d'interdiction stricte de publicités et préenseignes



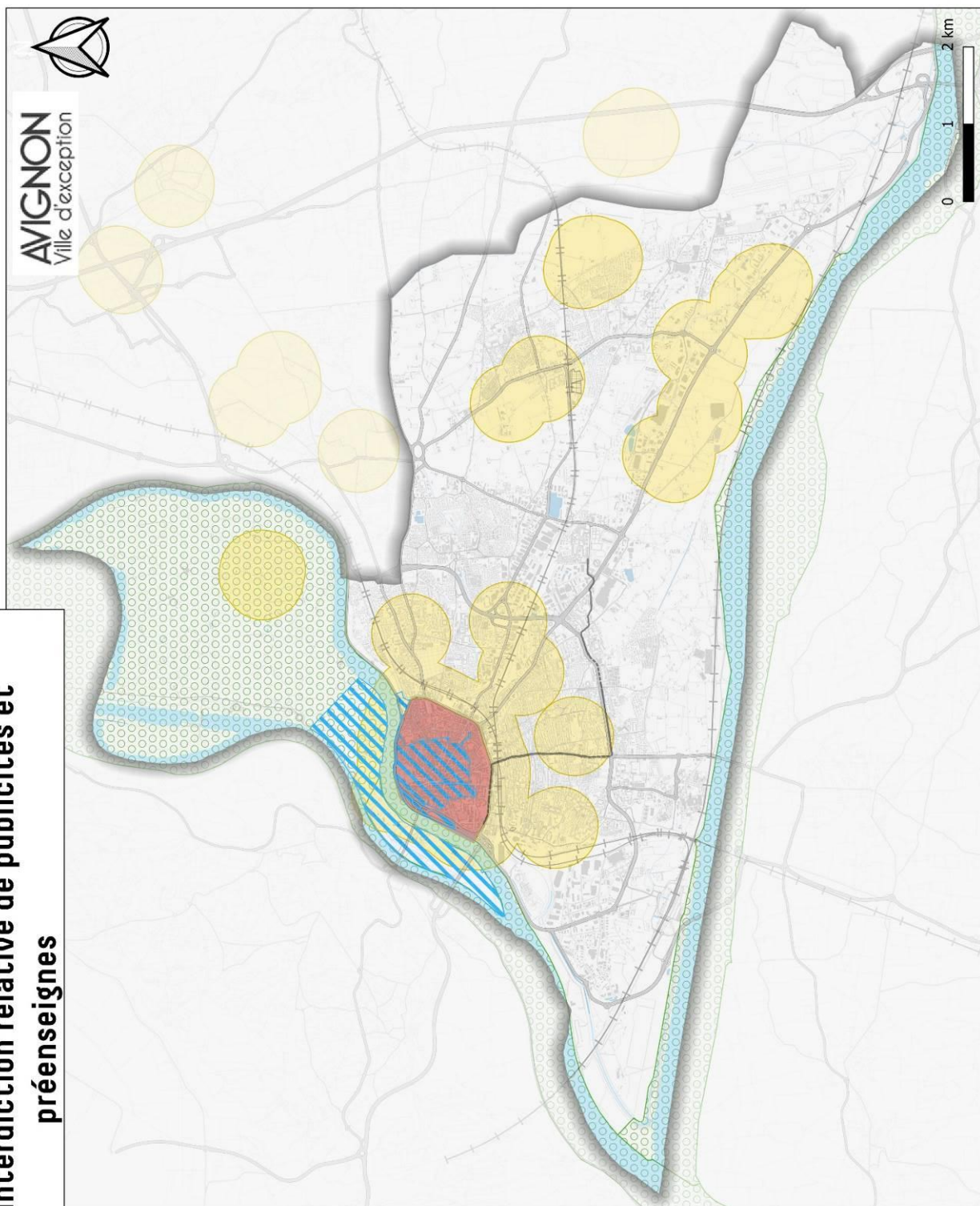
Immeuble classé ou inscrit
au titre des monuments
historiques

Site classé

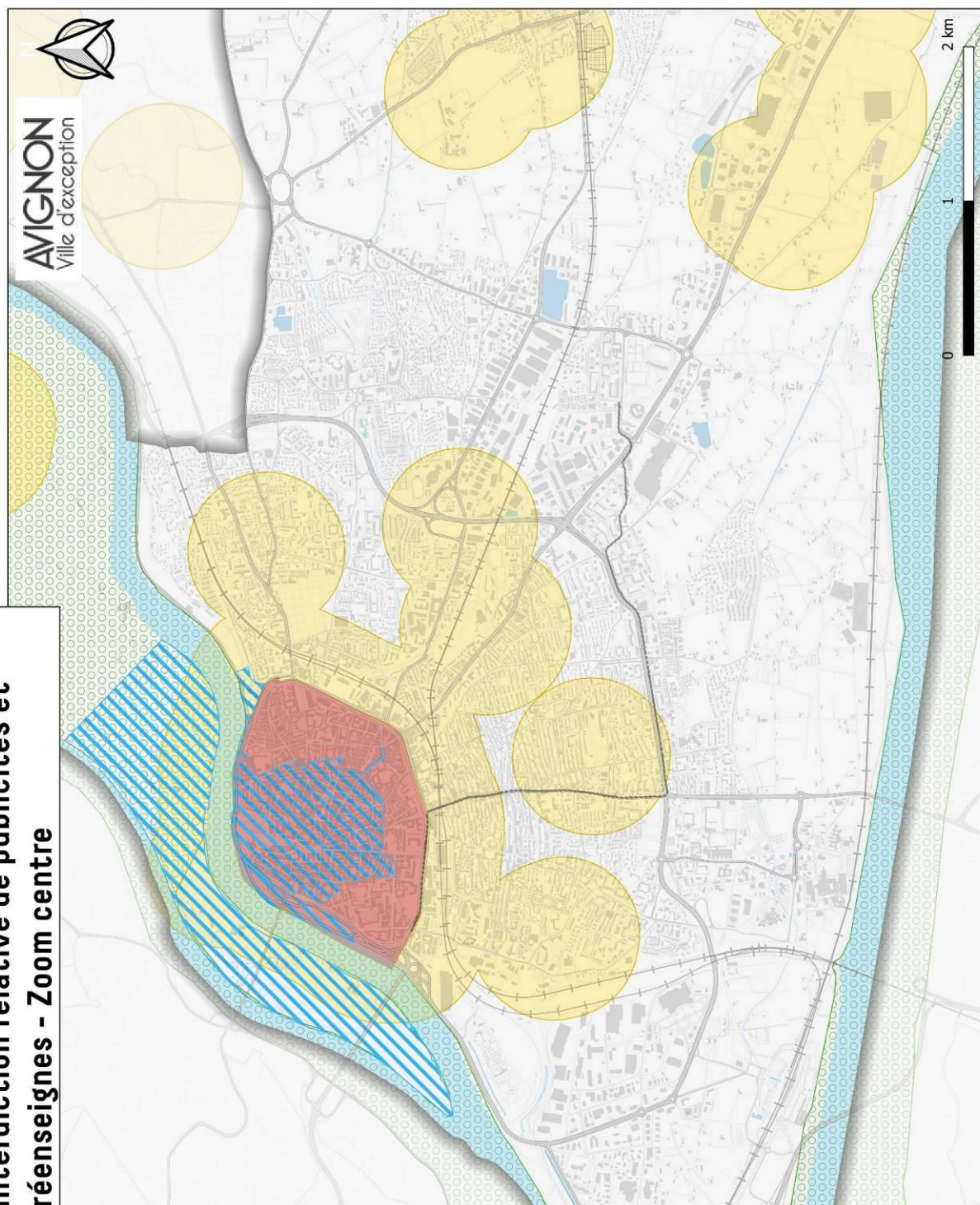
Secteurs d'interdiction stricte de publicités et préenseignes - Zoom centre



Secteurs d'interdiction relative de publicités et préenseignes



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



Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes

Dispositifs spécifiques interdits

La publicité ne peut être apposée :

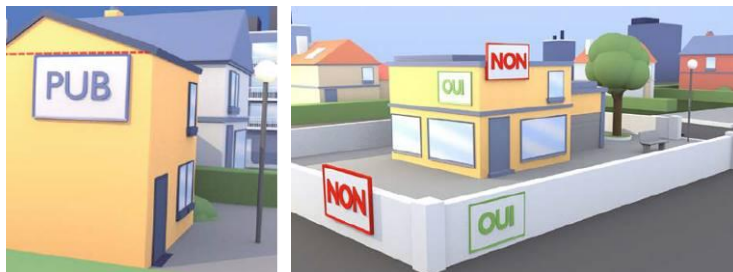
- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) *Art. R581-27 CE*
- sur les arbres *Art. R581-4 CE*
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur 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*

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*

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

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

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>	10,5 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	10,5 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*

Les principales dispositions applicables aux enseignes

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*

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*

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*

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 $\geq 50\text{m}^2$ 25% de la surface de la façade commerciale si façade $< 50\text{m}^2$ (sauf exceptions)	-	-
Enseigne sur auvent ou marquise <i>Art. R581-60 CE</i>	-	1 m	-
Enseigne sur balcon	-	Hauteur du garde-corps ou de la barre	-

et balconnet <i>Art. R581-60 CE</i>		d'appuis du balconnet ou de la baie	
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	10,5 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	-

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.

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

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^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

Spécificité aux préenseignes temporaires

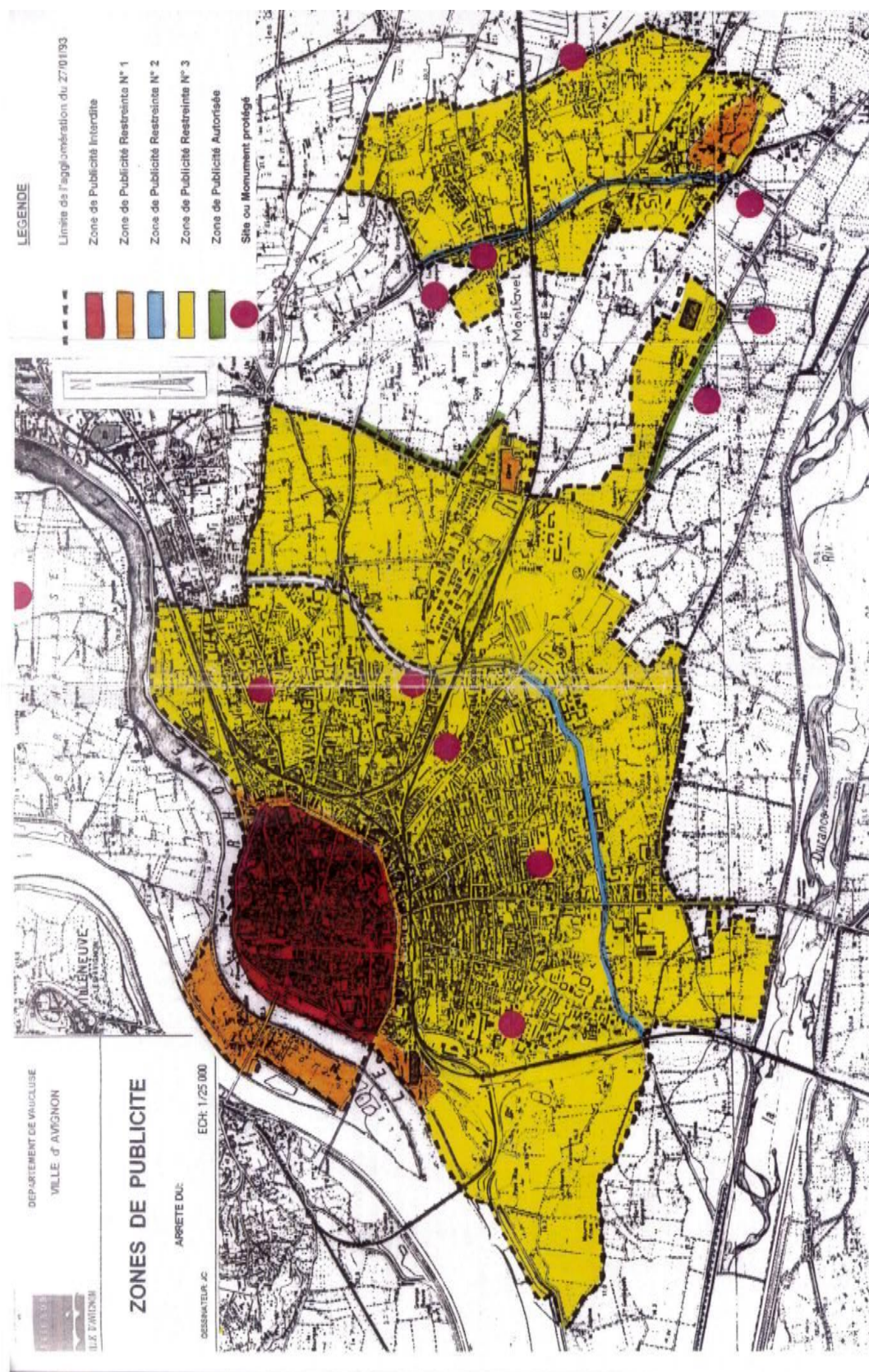
Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si :

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

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 8m ² Maximum 1 dispositif par unité foncière	Autorisée jusqu'à 12 m ² (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.

4. Etat des lieux et enjeux publicitaires

État des lieux général

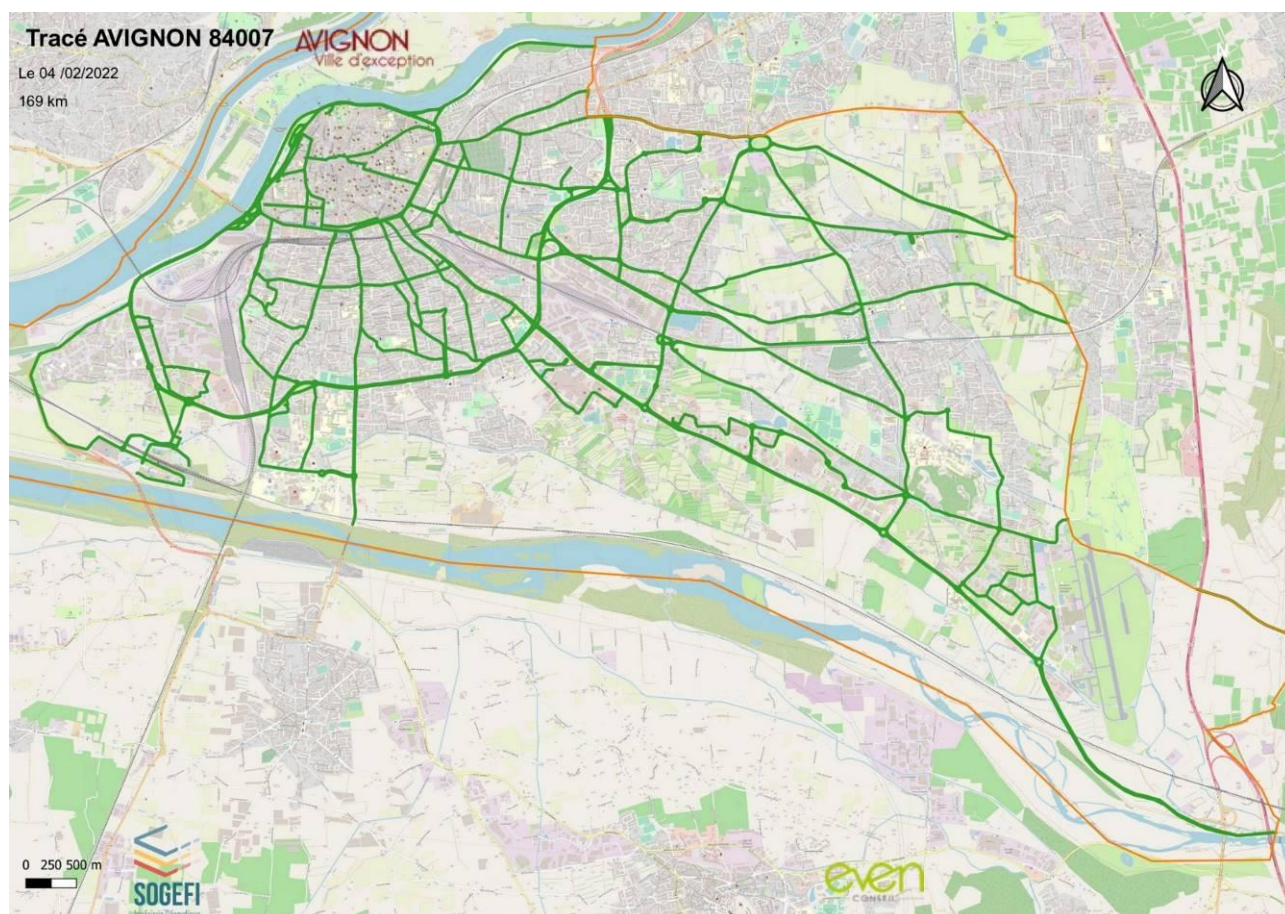
Localisation et caractéristiques des publicités et préenseignes présentes sur le territoire

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 inventoriées**. Sur ces axes, un inventaire exhaustif des publicités et préenseignes a été réalisé.

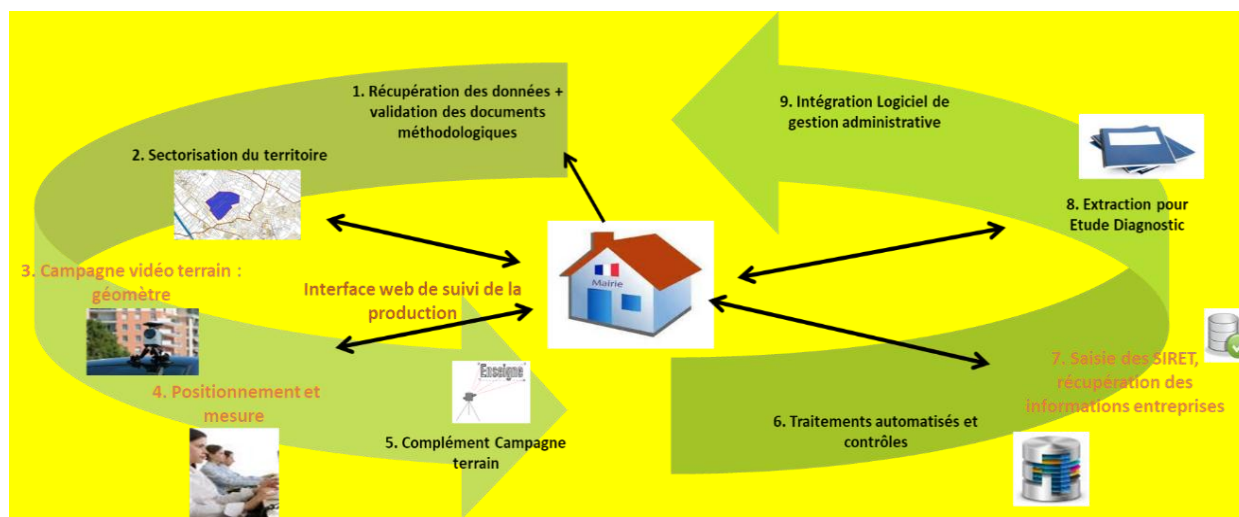
L'inventaire a permis une mise à jour de celui existant en actualisant les données pour les dispositifs qui ont évolué et en complétant les données avec l'intégration des nouveaux supports publicitaires.

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 géoréférencé.



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 Cdt Bertrand de Montfavet 84000 AVIGNON

Parcelle cadastrale : (84007 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 mobilier urbain

☐ lettres sans fond

☐ mur ou égouttoir

☐ sur abris bus

☐ banderole

☐ doublon

☐ 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

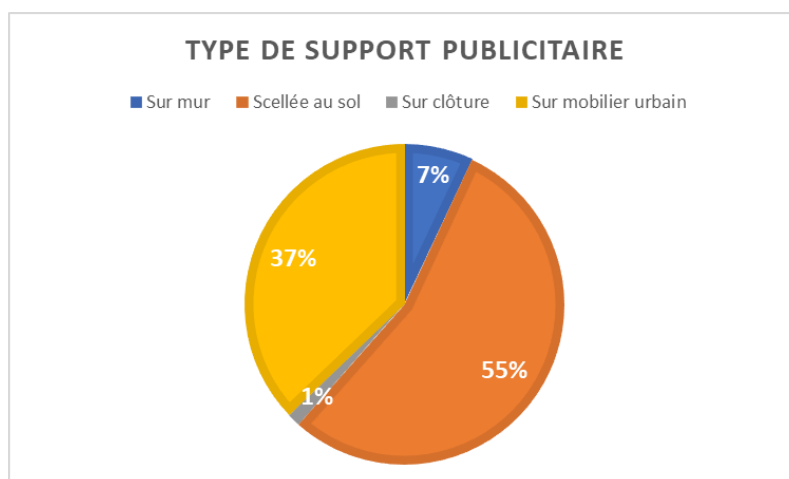
Statistiques

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.

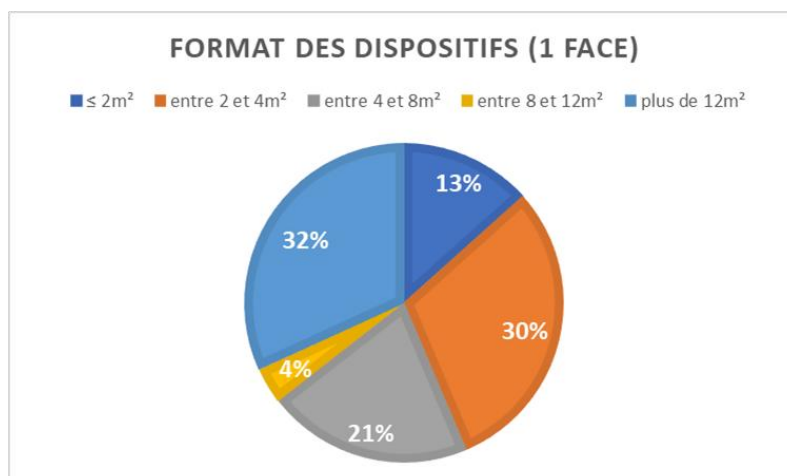
Ces supports représentent une **surface publicitaire cumulée de 5 368 m² (encadrement compris)**, pour environ 84 établissements identifiés.

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


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

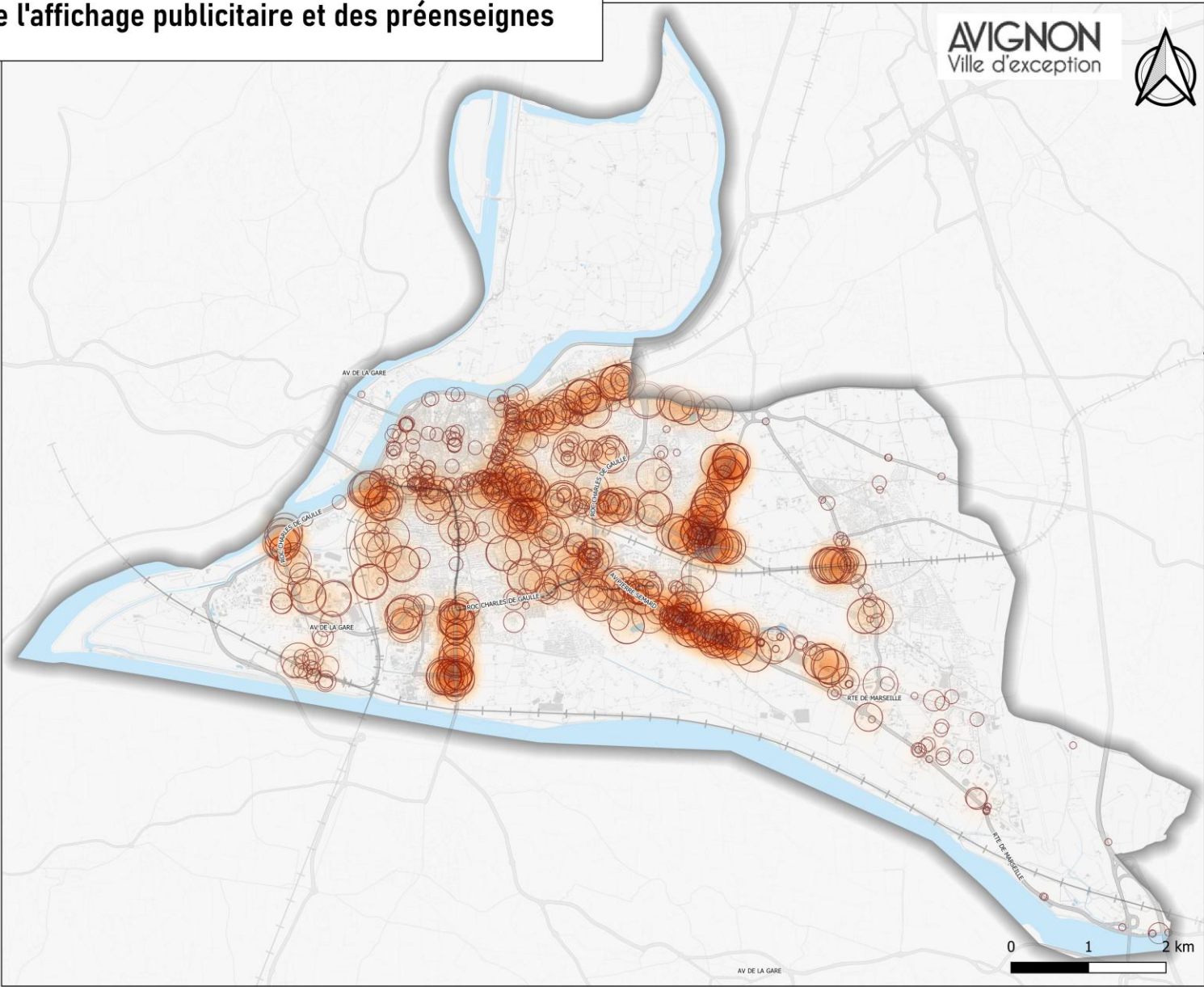
Méthodologie de pondération : un buffer a été défini autour de chaque dispositif inventorié, d'une taille corrélée au celle du dispositif publicitaire (plus le dispositif est grand, plus le buffer est large). Plus il y a de dispositifs de grande taille, plus les buffers se croisent et plus nous allons 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.

Etat des lieux de l'affichage publicitaire et des préenseignes

**Surface des publicités et
préenseignes inventoriées
sur les axes structurants
(en m² moulures incluses)**

- ☐ plus de $12m^2$
- ☐ entre 8 et $12m^2$
- ☐ entre 4 et $8m^2$
- ☐ entre 2 et $4m^2$
- ☐ $\leq 2m^2$

 des publicités et préenseignes pondérée par leur surface



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.

Les axes de transport sont particulièrement concernés par la présence d'enseignes scellées au sol. Certains axes, et notamment la RN7, concentrent un important flux de circulation et représentent de ce fait des secteurs stratégiques. Effectivement, ces axes offrent une audience certaine pour l'affichage extérieur au regard du trafic supporté, contribuant à faire de ces linéaires des zones d'enjeux pour les activités situées de part et d'autre de la chaussée. Aussi, des enseignes au sol de grand format y sont placées successivement de part et d'autre le long de la chaussée.

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

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

Conformité des dispositifs aux dispositions du RLP en vigueur ou à la réglementation nationale

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 10,5m² 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 au Code de l'environnement à l'époque où le diagnostic a été réalisé représentaient 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.



Diagnostic des publicités et préenseignes

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. Le département de Vaucluse porte actuellement un projet de réaménagement global du secteur.



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



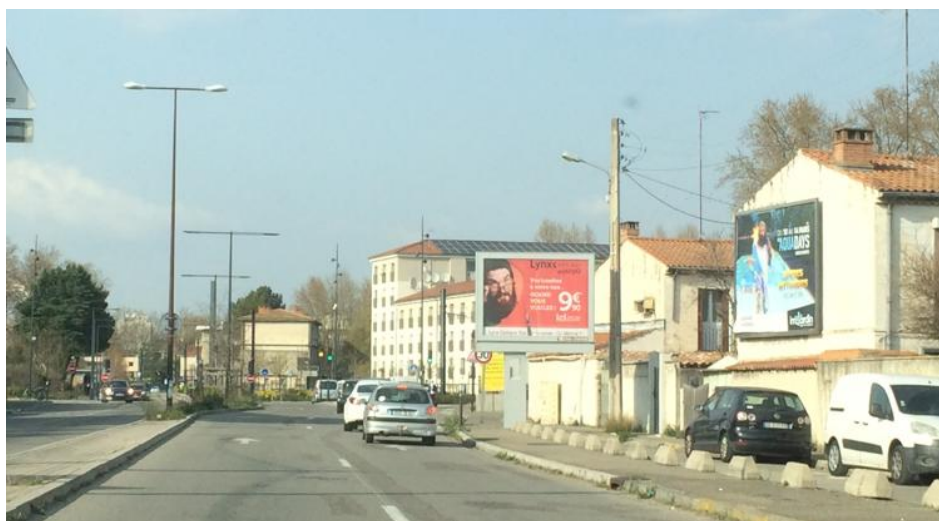


Route de Tarascon, rocade (accès depuis les Bouches du Rhône)

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

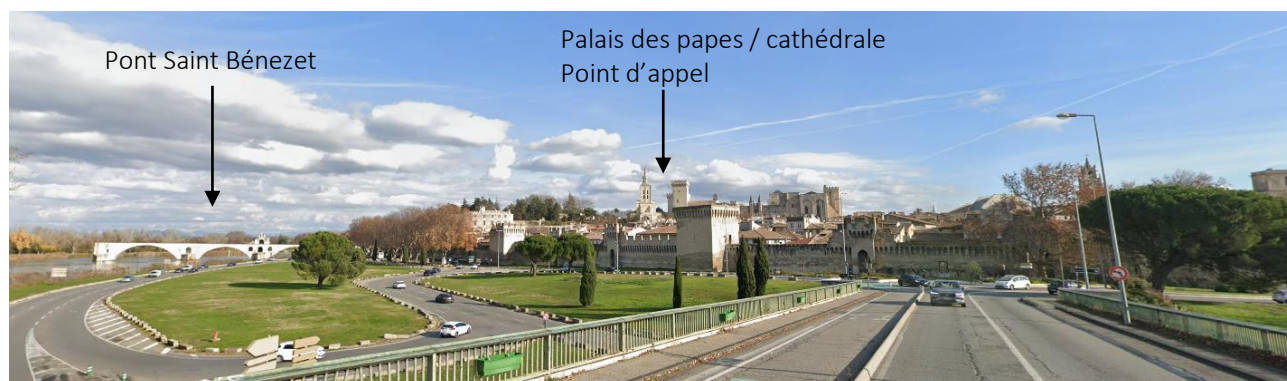
Les espaces sont globalement bien préservés de l'affichage publicitaire. Les entrées de ville en bord du Rhône sont de qualité avec vue sur le centre historique qui est un point d'appel.

On constate ici une image de qualité sur la ville.

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 ?

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 la présence de publicités, enseignes et préenseignes de grand format, installées avec une densité importante le long de la route, ce qui engendre une surcharge visuelle et altère la lisibilité du paysage.

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)

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

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.)



A.4.4.1. | Synthèse et enjeux pressentis 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'asseoir 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

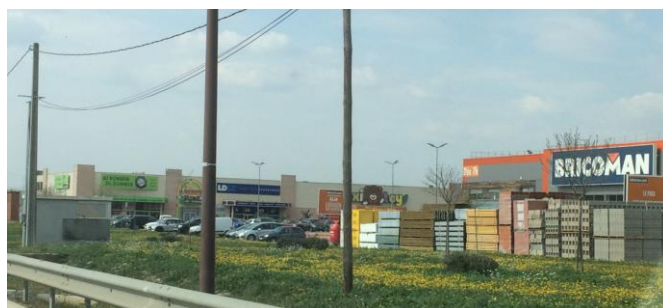
La valorisation des abords du SPR (tour des remparts)



Exemples d'enseignes numériques dans les vitrines

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.



La route de Marseille est particulièrement impactée par la présence d'enseignes au sol, auxquelles s'ajoutent des préenseignes, entraînant une surabondance de dispositifs :



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

Afin de protéger le cadre de vie, le Code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité (RLP).

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.

Pour son nouveau Règlement local de Publicité, la ville d'Avignon fixe 1 orientation générale et 5 orientations ciblées :

A/ Orientation générale :

- Orientation : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue qu'il convient de préserver de l'affichage extérieur

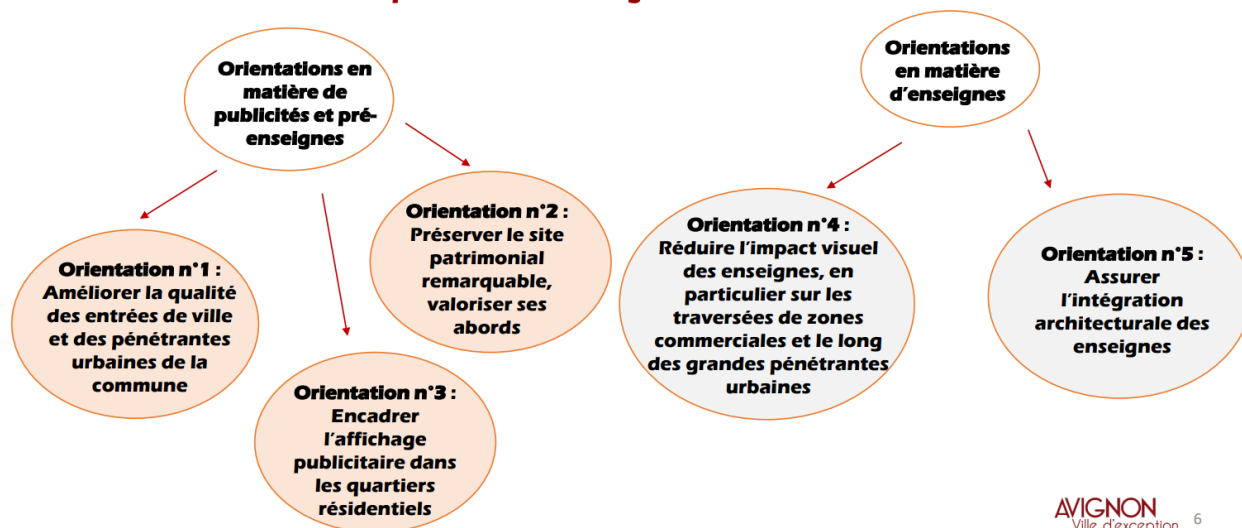
B/ Orientations en matière de publicités et préenseignes :

- Orientation 1 - Améliorer la qualité des entrées de ville et des grandes traversées urbaines de la commune
- Orientation 2 - Préserver le site patrimonial remarquable, valoriser ses abords
- Orientation 3 - Encadrer l'affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels

C/ Orientations en matière d'enseignes :

- Orientation 4 - Réduire l'impact visuel des enseignes, en particulier sur les traversées de zones commerciales et le long des grandes pénétrantes urbaines
- Orientation 5 - Assurer l'intégration architecturale des enseignes

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue qu'il convient de préserver de l'affichage extérieur



1. Orientation générale

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

Vis-à-vis de la recrudescence de certains dispositifs pouvant déprécier l'ambiance urbaine, à travers le RLP, Avignon ambitionne de protéger et valoriser ce patrimoine et plus globalement la qualité paysagère de son territoire.

L'orientation générale guidant le RLP est donc la suivante :

Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue qu'il convient de préserver de l'affichage extérieur.

2. Les orientations en matière de publicité et de préenseignes

Orientation 1 - Améliorer la qualité des entrées de ville et des grandes traversées urbaines de la commune

Les entrées de ville et grandes pénétrantes urbaines de la commune sont les secteurs les plus touchés par l'affichage publicitaire sur la commune d'Avignon. Sont en particulier concernés :

- 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.

L'ensemble de ces axes présente une densité relativement importante de publicités et préenseignes, de grand format. Le RNP en vigueur y autorise en effet l'affichage jusqu'à 12 m² (dimension affiche), scellées au sol, muraux et sur mobilier urbain, engendrant par endroit une forte empreinte visuelle dans le paysage urbain.

Deux enjeux ont été posés dans le diagnostic :

- Une nécessaire valorisation de ces grands axes urbains, par un meilleur encadrement de la densité et des formats.
- Un besoin d'amélioration de la lisibilité des messages publicitaires le long des zones commerciales, où s'ajoute un grand nombre d'enseignes scellées au sol.

Pour répondre à ces enjeux, les objectifs suivants ont été définis :

- 🚫 **Objectif 1.1 : Proscrire le format 12 m² tout en conservant un format adapté à la lisibilité des messages publicitaires sur l'ensemble de ces axes urbains.**
- 🚫 **Objectif 1.2 : Réduire la densité des panneaux publicitaires.**
- 🚫 **Objectif 1.3. Réduire la densité des préenseignes en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les préenseignes engendrent une fermeture du paysage.**
- 🚫 **Objectif 1.3 : Encadrer l'esthétique des panneaux publicitaires (couleurs, monopied à privilégier, ...).**

Zooms entrées de ville principales



Zooms entrées de ville secondaires



Orientation 2 - Préserver le site patrimonial remarquable, valoriser ses abords

Avignon présente une richesse patrimoniale exceptionnelle avec plusieurs sites emblématiques comme 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. 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.

Ces espaces doivent faire l'objet d'une attention particulière dans le règlement local de publicité, l'affichage jouant un rôle essentiel dans la perception des espaces publics et du patrimoine bâti.

L'objectif affiché est le suivant :

📌 **Objectif 2.1 : Conserver les possibilités d'affichage en intra-muros, tout en limitant strictement le type de support autorisé, le format et la densité**

📌 **Objectif 2.2 : Réduire l'emprise publicitaire et valoriser la zone du tour des remparts**

- Encadrer l'affichage de manière à garantir une cohérence entre le centre du SRP et le pourtour des remparts



Orientation 3 – Encadrer l’affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels

A l’écart des grands axes et du cœur de ville, le RNP en vigueur sur la ville d’Avignon ne prévoit aucune disposition réglementaire particulière.

Bien que ces espaces soient moins concernés par l’affichage publicitaire car moins attractifs, celui-ci reste autorisé jusqu’à 12 m² par le RNP et donc parfois peu adapté à l’environnement urbain dans lequel il s’inscrit.

Le RLP vise à :



Objectif 3.1 : Encadrer l’affichage publicitaire dans les quartiers à vocation essentiellement résidentielle :

- Adapter en particulier les formats aux caractéristiques urbaines de ces secteurs.

3. Les orientations en matière d'enseignes

Orientation 4 - Réduire l'impact visuel des enseignes, en particulier sur les traversées de zones commerciales, le long des grandes pénétrantes urbaines

Les zones économiques d'Avignon se localisent en grandes parties le long d'axes structurants ; leurs enseignes jouent donc un rôle déterminant dans la première image perçue de la ville, au même titre que les publicités et préenseignes.

Certaines d'entre elles marquent fortement l'espace urbain, de par leur densité, leur format ou le type de support utilisé. Il s'agit aujourd'hui de renforcer les dispositions réglementaires afin d'améliorer la qualité d'intégration de ces enseignes dans le paysage urbain.

Plusieurs objectifs sont en particulier ciblés :

👉 **Objectif 4.1 : Réduire la densité et le format des enseignes scellées au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.**

👉 **Objectif 4.2 : Encadrer les enseignes sur murs de clôture et les toitures.**

Orientation 5 - Assurer l'intégration architecturale des enseignes

Une attention particulière doit être portée au centre historique d'Avignon, au sein duquel les enseignes jouent un rôle fondamental dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural et la lecture des rues. Dans la continuité des prescriptions du Plan de sauvegarde et de mise en valeur, le nouveau RLP vise à :

👉 **Objectif 5.1 : Encadrer la densité et le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades.**

👉 **Objectif 5.2 : Travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti :**

- Privilégier les lettres peintes et les lettrages fixés directement sur les façades.
- Assurer une cohérence d'implantation avec les lignes de composition des façades.
- Rechercher une harmonie dans les tons et les matériaux utilisés.
- Interdire les enseignes numériques, encadrer l'éclairage des enseignes lumineuses.



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

1. La délimitation des zones du règlement local de publicité

Pour rappel, le RLP n'exprime que des dispositions plus restrictives que le Règlement National de Publicité (exception faite de la possible réintroduction de certains dispositifs publicitaires au sein de certains périmètres d'interdiction relative) Le RNP continue donc de s'appliquer sur les volets réglementaires non abordés par le RLP.

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

Quatre zones de publicités ont été délimitées. Elles permettent de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque situation territoriale identifiée. Un système de trame venant prendre en considération des spécificités paysagères entre ensuite en jeu, et permet de nuancer localement la réglementation propre à chacune des zones.

Les zones de publicités

L'ensemble de la commune d'Avignon est zoné en fonction des enjeux dégagés du diagnostic, et pour lesquels des ambitions ont été définies dans les orientations.

Quatre zones de publicité ont ainsi été définies :

- La **zone 1 (ZP1)** couvre le reste du centre historique (SPR) et la zone du tour des remparts. Elle couvre 218 ha, soit 3.4% de la commune et 8.7% du périmètre aggloméré.
- La **zone 2 (ZP2)** couvre les zones résidentielles et les tissus urbains mixtes. Elle couvre 1 680ha, soit 26% de la commune et 67.4% du périmètre aggloméré.
- La **zone 3 (ZP3)** couvre les zones d'activités économiques et commerciales. Elle couvre 610ha, soit 9.4% de la commune et 24,4% du périmètre aggloméré.
- La **zone 4 (ZP4)** couvre les secteurs hors agglomération. Elle couvre 3700ha, soit 61.2% de la commune. La ZP4 couvre les secteurs **hors agglomération en zones naturelles et agricoles**. Toute publicité et pré-enseigne étant interdite hors agglomération, ces espaces ne sont concernés que par les règles relatives aux enseignes.

Les trames

Le RLP de la commune d'Avignon identifie également les entrées de ville/espaces vitrines et les périmètres patrimoniaux de protections institutionnelles comme sensibles du point de vue de l'affichage extérieur. Toutefois, au regard de la dispersion de ces espaces au sein des zones agglomérées, la création de zones spécifiques « pastillerait » le zonage d'une part, et alourdirait la traduction réglementaire écrite d'autre part avec des dispositions redondantes au sein desquelles seuls un ou deux articles varieraient venant de surcroît limiter la pertinence de la définition d'autant de zones. Pour cette raison, ces espaces sont traités en trames délimitées dans les documents graphiques annexés au RLP. S'y appliquent une compilation de dispositions réglementaires, à savoir :

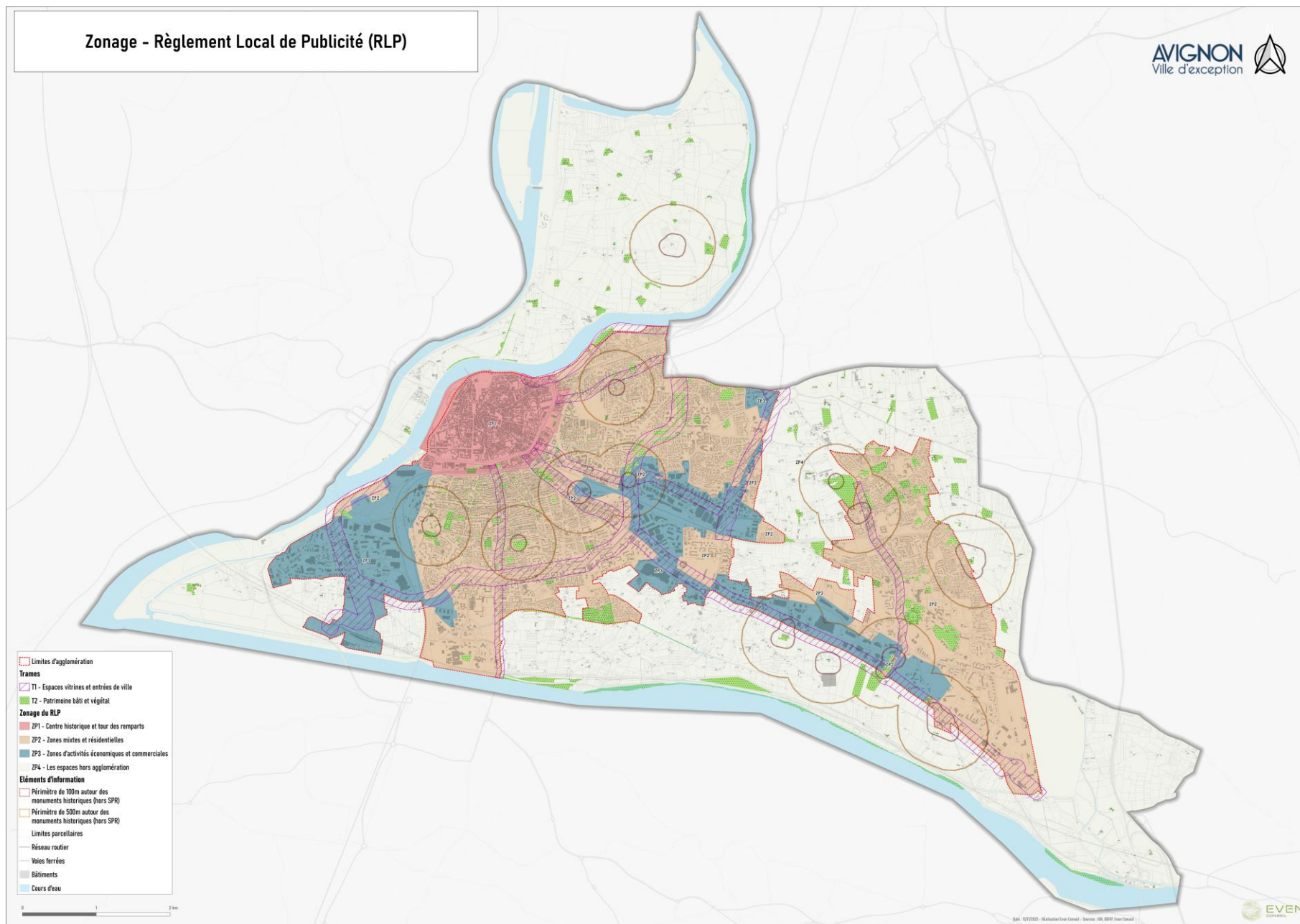
- Les dispositions générales du RLP ;
- Les dispositions particulières du RLP relatives à la zone de publicité dans laquelle se situe l'espace ;

- Les dispositions spécifiques du RLP relatives à l'identification dans une trame, qui précise seulement certains points règlementaires des dispositions particulières.

Dans le RLP de la commune d'Avignon sont donc identifiés :

- La **trame 1 « Espaces vitrines et entrées de ville »** couvre les entrées de ville présentant soit un caractère emblématique à préserver soit un enjeu de requalification, et les portions d'axes sensibles. Elle couvre une bande tampon d'une largeur de 100 mètres de part et d'autre de l'axe des voies principales (Rocade Charles de Gaulle, avenue Pierre Semard, route de Marseille, avenue de l'amandier) et d'une largeur de 50 mètres de part et d'autre de l'axe des voies secondaires (avenue de Tarascon, route de Lyon, route de Montfavet, route du Dr. Pons, avenue des Magnanarelles). Elle s'étend au total sur 540ha, soit 8,3% de la commune.
- La **trame 2 « Patrimoine bâti et végétal »** couvre les éléments protégés par le PLU au titre des articles L151-19 et 23 et la zone Uv du PLU, soit les espaces urbains fortement végétalisés à vocation de loisirs.

La trame T2 étant la plus restrictive, elle s'impose en cas de superposition.



2. Justification des dispositions applicables à l'ensemble de la commune

Dispositions communes à l'ensemble des zones relatives aux publicités, aux préenseignes et aux préenseignes temporaires

ARTICLE P0.1 Interdiction de publicité

Plusieurs typologies de dispositifs sont interdites sur l'ensemble du territoire au regard du fort impact paysager qu'elles peuvent générer :

- Interdiction sur clôture, aveugle ou non : les clôtures constituent des éléments structurants du paysage urbain et périurbain. Autoriser la publicité sur ces supports entraînerait une prolifération visuelle anarchique, particulièrement préjudiciable à la qualité du cadre de vie. Cette interdiction permet d'encadrer la densité publicitaire, en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments et vise ainsi à préserver la qualité des perspectives visuelles et à éviter une banalisation des entrées de ville et des quartiers résidentiels, conformément aux orientations du RLP.
- Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu : les toitures et terrasses sont des éléments architecturaux majeurs, surtout dans le centre historique d'Avignon, où les toits en tuiles canal et les terrasses en pierre de Combas contribuent à l'harmonie des paysages urbains. Une publicité apposée sur ces surfaces dénaturerait l'esthétique des bâtiments et créerait une pollution visuelle en hauteur, visible depuis les points de vue emblématiques. Cette interdiction est en phase avec les recommandations de l'Architecte des Bâtiments de France, qui insiste sur la nécessité de protéger les silhouettes urbaines des villes classées. Elle permet de généraliser la disposition du Code de l'environnement (article L.581-8), qui interdit la publicité sur les toitures dans les secteurs sauvegardés et les abords des monuments historiques à l'ensemble de la commune. Cette interdiction est également importante dans les quartiers résidentiels où les publicités en toiture dégraderaient la qualité urbaine et paysagère. En zone commerciale, l'impact visuel des dispositifs publicitaires en toiture étant potentiellement très important en raison la taille des bâtiments, leur interdiction contribue à l'amélioration de la qualité architecturale et paysagère de ces tissus urbains déjà très marqués par la présence de la publicité.
- Interdiction sur garde-corps de balcon ou balconnet : autoriser la publicité sur ces éléments altérerait leur intégrité esthétique et créerait une rupture visuelle dans les façades. Cette interdiction répond à un impératif de préservation du patrimoine bâti, qu'il soit patrimonial ou non. Elle évite également les risques de surcharge visuelle.

ARTICLE P0.2. Dérogation à certaines interdictions légales de publicité

Cet article introduit des **dérogations ciblées** pour permettre certaines formes de publicité, tout en encadrant strictement leur mise en œuvre.

Le RLP vient déroger à l'interdiction stricte de publicité dans les lieux 1°, 2° et 5° soit :

- 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 ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4.

Les dérogations concernent :

- La publicité supportée par le mobilier urbain, dans les conditions prévues aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement et dans la limite de la surface unitaire applicable dans chacune des zones de publicité. Le maintien de la publicité sur ce type de mobilier intervient en support pour la diffusion d'informations municipales. La collectivité reste maîtresse de la localisation et du graphisme de son mobilier urbain, l'incidence sur les paysages et le cadre de vie de ces dispositifs est donc limitée. ;
- Les bâches de chantier : Autorisées sous conditions, elles permettent d'informer sur les travaux en cours sans porter atteinte au paysage.
- L'affichage d'opinion et la publicité associative : Conformément aux articles L. 581-13 et R. 581-2 à R. 581-4 du Code de l'environnement, ces dérogations permettent de garantir la liberté d'expression et de soutenir les associations locales, tout en limitant leur impact visuel. Cette mesure s'inscrit dans une démarche d'équilibre entre régulation publicitaire et droits fondamentaux.

Ces dérogations sont encadrées pour éviter tout abus et maintenir une cohérence avec les objectifs de préservation du cadre de vie.

ARTICLE P0.3. Dimensions

Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des surfaces « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement et de fonctionnement. La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains du fait de la taille de l'encadrement.

En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que les deux faces d'un même dispositif publicitaire soient « de même dimensions, alignées et placées dos à dos, sans espaces visible entre les deux faces ». Ce paramètre permet la dissimulation des éléments techniques et ainsi une amélioration de la qualité du parc d'affichage extérieur.

Afin d'éviter la présence de dispositifs particulièrement imposants et peu qualitatifs, le règlement stipule qu'un dispositif ne peut excéder deux faces. Par ailleurs, à l'exception de la publicité installée sur mobilier urbain, les dispositifs scellés au sol de plus de 2m² doivent être de type « monopied » afin de réduire l'impact de ces dispositifs dans le champ visuel.

Les publicités et préenseignes posées au sol, de type chevalet, ne peuvent excéder 1,20m de hauteur par 0,80m de largeur. Il s'agit d'éviter que ces éléments ne surchargent l'espace public.

Une hauteur maximale de 6 mètres est fixée pour éviter que les dispositifs publicitaires ne dominent le paysage urbain ou ne créent une rupture d'échelle avec les bâtiments.

ARTICLE P0.4. Accessoires annexes à la publicité

L'obligation d'un carter de protection esthétique pour masquer la structure des dispositifs publicitaires répond à un impératif d'intégration paysagère. Les structures apparentes (câbles, fixations, armatures) peuvent dégrader l'esthétique urbaine, surtout dans les secteurs historiques ou résidentiels.

Les passerelles, souvent utilisées pour l'entretien des dispositifs publicitaires, peuvent nuire à l'esthétique urbaine si elles sont visibles depuis l'espace public. Leur interdiction vise à éviter une accumulation d'éléments techniques disgracieux. De même, les éléments latéraux, supérieurs ou en profondeur qui dépassent du cadre des dispositifs publicitaires peuvent créer un désordre visuel.

ARTICLE P0.5. Distance minimale par rapport aux baies

Un dispositif publicitaire scellé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation s'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. Cette distance minimale vise à protéger l'intimité des riverains et à éviter une sensation d'oppression due à la proximité des publicités.

ARTICLE P0.6. Densité

Toujours en faveur du désencombrement du champ visuel, le règlement précise que la densité des dispositifs publicitaire est limitée à un seul dispositif par support. Autoriser un seul dispositif par support évite la multiplication des messages publicitaires sur un même emplacement, ce qui pourrait créer une saturation visuelle. Cette règle garantit une lisibilité optimale des publicités tout en limitant leur impact sur le paysage. A noter que dès lors que deux dispositifs au sol partagent un élément structurel, il est considéré qu'il s'agit d'un seul et même support accueillant deux dispositifs.

La limitation du nombre de dispositifs publicitaires en fonction de la longueur de l'unité foncière (aucun dispositif si < 40 m, un dispositif si 40-100 m, deux dispositifs si > 100 m) permet de proportionner la publicité à l'espace disponible. Cette approche évite une concentration excessive de publicités sur de petites parcelles et favorise une répartition équilibrée dans l'espace urbain.

ARTICLE P0.7. Couleur

La vigilance quant à la couleur des dispositifs constitue un levier tout particulier pour traduire l'ambition de promouvoir des dispositifs de qualité. Ainsi, ces derniers devront respecter le caractère des lieux avoisinants et être harmonisés avec leur support.

ARTICLE P0.8. Publicité lumineuse

Le RLP rend obligatoire l'extinction des dispositifs entre 22h00 et 7h00. Cela augmente ainsi significativement l'extinction des dispositifs comparativement à ce qui est exigé par la réglementation nationale (de 1h00 à 6h00). Cette évolution a pour ambition de revaloriser et d'apaiser les paysages nocturnes de la commune à la fois pour ses habitants et pour sa biodiversité.

Seule la publicité éclairée par transparence est autorisée, car elle est moins agressive visuellement que les néons ou les écrans LED. Cette restriction vise à limiter l'impact lumineux sur le paysage urbain, où les ambiances lumineuses douces doivent être préservées.

Les dispositifs lumineux doivent être équipés de systèmes de régulation automatique (capteurs, variateurs) pour ajuster leur intensité en fonction de la luminosité ambiante. Cette mesure vise à éviter les éblouissements pour les riverains et à préserver une ambiance nocturne apaisée. En outre, elle s'inscrit en cohérence avec les ambitions communales et intercommunales portées par les Plans Climat.

ARTICLE P0.9. Publicité sur mobilier urbain

Cet article vise à préciser l'applicabilité des dispositions spécifiques à chaque zone et des articles P0.1 à P0.4 et P0.8 des dispositions générales.

ARTICLE P0.10. Bâches comportant de la publicité

Les bâches à vocation strictement publicitaire sont interdites. Leur installation modifie l'aspect visuel des espaces publics et des bâtiments, constituant une pollution visuelle. Elles peuvent masquer les façades, perturber la lisibilité architecturale et nuire à l'intégration harmonieuse du bâti dans son environnement. De plus, leur multiplication crée une surcharge d'informations commerciales qui altère la qualité paysagère et le confort visuel des habitants.

Les bâches de chantier sont, elles, admises.

ARTICLE P0.11 – Préenseignes temporaires

- **Durée d'installation** : Les préenseignes temporaires sont autorisées 3 semaines avant et 1 semaine après une manifestation, conformément à l'article R581-69 du Code de l'environnement. Cette durée équilibrée permet une signalétique efficace sans prolongation abusive.
- **Interdiction des préenseignes pour travaux ou opérations immobilières** : Ces préenseignes, souvent peu esthétiques et prolongées indéfiniment, sont interdites pour éviter une dégradation du paysage urbain.
- **Autorisation pour manifestations culturelles ou touristiques** : Les préenseignes temporaires pour des événements culturels ou touristiques (ex. : Festival d'Avignon) sont autorisées sous conditions (format, durée), car elles contribuent à l'animation de la ville sans créer de nuisances permanentes.

Dispositions communes à l'ensemble des zones relatives aux enseignes et aux enseignes temporaires

ARTICLE E0.1 – Dérogation

Le règlement autorise à titre exceptionnel que certaines enseignes ne respectent pas les dispositions particulières lorsque l'architecture du bâtiment ne permet pas de mettre en œuvre ces dispositions. En effet, particulièrement dans les cœurs de ville et les centres historiques, l'architecture ne permet parfois techniquement pas de respecter les prescriptions du RLP. Les dispositions générales demeurent tout de même applicables.

ARTICLE E0.2 – Interdiction d'enseigne

Les interdictions énumérées dans cet article visent à **protéger l'intégrité architecturale et paysagère** d'Avignon, en évitant que les enseignes ne **dénaturent les éléments emblématiques** du bâti ou ne créent des **nuisances visuelles**. Ainsi, le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti, notamment au sein des espaces densément bâtis comme à Avignon :

- Sur clôture et palissade de chantier, aveugle ou non : autoriser des enseignes sur ces structures pourrait banaliser les espaces publics et créer une pollution visuelle éphémère mais récurrente, surtout dans les zones en mutation urbaine.
- Sur les arbres : les arbres, qu'ils soient situés dans l'espace public ou privé, sont des éléments naturels essentiels au cadre de vie avignonnais. Y apposer des enseignes détruirait leur valeur paysagère et pourrait endommager leur santé.
- Sur les volets : les volets font partie intégrante de l'architecture traditionnelle d'Avignon, notamment dans le centre historique et les faubourgs, où ils contribuent à l'harmonie des façades. Les enseignes apposées sur les volets rompent cette unité et peuvent gêner leur fonctionnement. Cette interdiction vise à préserver l'esthétique des façades et à éviter une surcharge visuelle.
- Sur les éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des garde-corps, encadrement des baies, des corbeaux en pierre soutenant les étages, des décors en relief et tout autre motif décoratif : les enseignes apposées sur ces éléments masquent ou altèrent ces détails architecturaux, comme le montrent certains exemples dans le diagnostic du centre historique, où des enseignes sur balcons ou corbeaux dénaturent les façades.
- Apposées sur les piliers des arcades ou en suspension à l'intérieur du cintre de la baie : les arcades sont une caractéristique architecturale majeure du centre historique d'Avignon. Y installer des enseignes perturberait leur lisibilité et créerait un désordre visuel dans les ruelles étroites. Cette interdiction permet de maintenir la cohérence des perspectives et de valoriser l'architecture, comme le préconise le PSMV ;

- Scellées ou installées directement sur le sol si elles sont apposées sur un support souple : les enseignes sur support souple (comme les oriflammes) sont souvent instables et peu esthétiques. Leur interdiction vise à éviter une prolifération de dispositifs légers et désordonnés, surtout dans les zones touristiques ou les zones commerciales, où la qualité visuelle et la lisibilité des messages est primordiale.
- Correspondant à des formes non conventionnelles ou gonflables : ces dernières sont incompatibles avec le caractère historique d'Avignon et nuisent à la lisibilité des zones commerciales. Leur interdiction répond à un impératif de préservation de l'harmonie visuelle.
- A projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autre) : les enseignes à projection lumineuse sont agressives visuellement et perturbent les ambiances nocturnes, à la fois dans le centre historique, où la lumière valorisant les monuments doit être préservée et dans les secteurs résidentiels où une ambiance nocturne apaisée est primordiale.
- Dispositifs numériques : l'interdiction des enseignes numériques sur l'ensemble du territoire communal d'Avignon répond à un impératif de cohérence paysagère et de qualité de vie pour l'ensemble des quartiers. Ces dispositifs, par leur luminosité agressive et leur dynamisme visuel, créeraient une rupture esthétique dans tous les tissus urbains, du centre historique aux faubourgs résidentiels et aux zones d'activités économiques, où l'harmonie architecturale et la tranquillité nocturne doivent être préservées. Cette mesure s'inscrit dans une approche globale de sobriété énergétique et de protection des ambiances urbaines, en phase avec les attentes des habitants, tout en évitant une banalisation des paysages qui nuirait à l'identité visuelle de la ville.
- Sur toiture : les toitures, notamment en tuiles canal ou en pierre, sont des éléments structurants du paysage urbain avignonnais. Y installer des enseignes dénaturerait leur intégrité et créerait une pollution visuelle en hauteur. Les enseignes en toiture peuvent impacter significativement le paysage par leur dimension et leur perception lointaine. Dans un souci de cohérence avec l'interdiction des publicités en toiture, il a été fait le choix d'interdire tout dispositif en toiture.

ARTICLE E0.3 – Intégration architecturale

Les enseignes doivent être conçues pour ne pas porter atteinte à l'architecture des bâtiments ou à l'intérêt des lieux avoisinants. Cette exigence est particulièrement cruciale dans le centre historique et les faubourgs résidentiels, où les façades en pierre de Combas, les modénatures et les détails architecturaux doivent rester visibles et valorisés. Le diagnostic du RLP a révélé que certaines enseignes, par leur taille, leur couleur ou leur emplacement, masquent ou dénaturent ces éléments, comme on le voit sur les exemples de devantures peu harmonieuses.

Cette règle s'appuie sur les recommandations de l'ABF et les dispositions du PSMV, qui insistent sur la nécessité de préserver l'intégrité des façades. Elle vise également à éviter les cumuls d'enseignes sur un même bâtiment, comme observés dans certains pôles commerciaux, où la lisibilité architecturale est perdue.

Les enseignes doivent s'aligner sur les lignes structurales des façades (lignes de corniche, appuis de fenêtre, etc.) pour renforcer la cohérence visuelle. Cette règle permet d'éviter des enseignes décalées ou disproportionnées, qui briseraient l'harmonie d'ensemble. Le diagnostic a montré que certaines enseignes, par leur positionnement ou leur format, déséquilibrent les perspectives, comme sur les exemples de façades surchargées.

Les enseignes doivent utiliser des matériaux nobles et des couleurs sobres pour s'intégrer au bâti. Des enseignes aux couleurs criardes ou aux matériaux modernes (PVC, néons) jureraient avec l'environnement et l'architecture. Le diagnostic a révélé des exemples d'enseignes aux couleurs ou supports peu harmonieux, qui altèrent la perception du patrimoine.

ARTICLE E0.4 – Enseigne lumineuse

Le RLP rend obligatoire l'extinction des dispositifs entre 22h00 et 7h00. Cela augmente ainsi significativement l'extinction des dispositifs comparativement à ce qui est exigé par la réglementation nationale (de 1h00 à 6h00). Cette évolution a pour ambition de revaloriser et d'apaiser les paysages nocturnes de la commune à la fois pour ses habitants et pour sa biodiversité. Cela participe également à la diminution des consommations énergétiques sur le territoire.

ARTICLE E0.5 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Dans la même dynamique que pour les publicités et préenseignes, les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol doivent être strictement encadrées pour éviter une prolifération désordonnée, surtout dans les zones commerciales et les entrées de ville.

Les enseignes scellées au sol sont limitées à deux faces pour éviter une multiplication des angles de vue qui pourrait saturer l'espace visuel. Cette règle garantit une signalétique efficace sans désordre, comme on l'observe dans les faubourgs d'Avignon, où certaines enseignes cumulent plusieurs faces et créent une pollution visuelle.

Le règlement limite également la superficie des enseignes posées au sol. Participant à l'activité économique et au dynamisme des espaces de vie, les dispositifs de type chevalet, sont admis dans toutes les zones de publicité du territoire. Toutefois, ces dispositifs peuvent, selon les utilisations, avoir un impact très fort sur le paysage en multipliant les supports visibles. Le territoire se positionne alors de manière plus restrictive sur ces dispositifs en les autorisant dans la limite d'un seul dispositif par unité commerciale et en encadrant leurs dimensions. Cette mesure est particulièrement importante dans le centre-ville, où l'espace public est déjà très sollicité.

ARTICLE E0.6 – Enseignes en façade (apposées parallèlement à un mur ou perpendiculaires)

Les enseignes perpendiculaires doivent être alignées sur les enseignes parallèles pour créer un équilibre visuel. Cette règle évite les décalages disgracieux et renforce la cohérence des façades.

Les enseignes doivent être installées sous le niveau du 1er étage si l'activité est en rez-de-chaussée, pour éviter une surcharge visuelle en hauteur. Si l'activité s'exerce aussi à l'étage, l'enseigne peut être installée aux niveaux concernés, mais doit être discrète (lettrage découpé sans panneau de fond).

Les enseignes en façade ne peuvent être installées que sur un mur comportant une devanture commerciale. Cette règle évite les enseignes sur les façades aveugles ou résidentielles, qui dénatureraient le paysage urbain.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par façade et par voie pour éviter une prolifération qui masquerait les détails architecturaux, comme on l'observe dans certains exemples du diagnostic.

ARTICLE E0.7 – Enseignes collées ou appliquées sur baies vitrées (vitrophanie)

Dans un objectif de limitation de la surface de la vitrine recouverte par de la vitrophanie extérieure, le RLP impose que seul 25 % de la surface totale de la baie vitrée peut accueillir de la vitrophanie extérieure, afin d'éviter une surcharge visuelle. Les enseignes ne doivent pas opacifier totalement la baie, car cela masquerait l'activité commerciale et dégraderait l'esthétique des façades. Cette règle vise à préserver la lisibilité des devantures.

ARTICLE E0.8 – Enseignes sur auvent ou marquise

Du fait de l'avancée sur l'espace public permise par les auvents et marquises, les enseignes situées sur ces éléments d'architecture présentent un impact visuel fort. Afin de limiter cet impact visuel, de préserver les éléments architecturaux des bâtiments accueillant des activités et d'éviter la surenchère d'enseignes en

façade, seules les activités n'ayant pas d'autre possibilité d'affichage pourront utiliser l'auvent ou la marquise comme support pour leur enseigne. De plus, seul un dispositif est autorisé.

ARTICLE E0.9 – Enseignes sur store

Le RLP précise que les enseignes sur store ne sont autorisées que sur le lambrequin ou le tombant du dispositif. Cette autorisation vise à assurer une intégration qualitative et sobre de ces éléments et à offrir une meilleure lisibilité de l'enseigne pour les usagers de l'espace public.

Article E0.10 – Enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce

Les enseignes temporaires signalant des travaux, lotissements ou ventes de fonds de commerce sont encadrées pour éviter une pollution visuelle prolongée :

- Durée limitée à la période des travaux ou opérations : ces enseignes sont autorisées uniquement pour la durée de l'opération, pour éviter qu'elles ne deviennent pérennes et dégrader le paysage.
- Deux enseignes maximum par voie bordant l'établissement : la limitation à deux enseignes par voie évite une prolifération qui masquerait les façades ou créerait un désordre visuel, comme on l'observe dans certains faubourgs.
- Format maximal de 8 m² : la surface est limitée à 8 m² pour maintenir une proportion raisonnable et éviter des panneaux disproportionnés, qui domineraient le paysage urbain.

Article E0.11 – Enseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois

Le RLP rappelle que seules sont autorisées les enseignes temporaires émises 3 semaines avant l'évènement et 1 semaine après l'évènement.

Le RLP précise l'autorisation des enseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois dans la limite de 8m².

Le RLP encadre la superficie de ce type d'enseigne afin de limiter leur impact sur le paysage. Il reconnaît toutefois l'intérêt de ces initiatives qui permettent de développer le dynamisme et l'attractivité du territoire.

Dispositions applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial

ARTICLE I.0 – Dispositions générales

Dans un souci de cohérence avec les règles relatives aux enseignes et aux publicités, les dispositifs situés à l'intérieur des vitrines doivent être éteints entre 22h et 7h. Cette disposition a pour ambition de revaloriser et d'apaiser les paysages nocturnes de la commune à la fois pour ses habitants et pour sa biodiversité. Cela participe également à la diminution des consommations énergétiques sur le territoire.

ARTICLE I.1 – Localisation

Les dispositifs lumineux et numériques en vitrine sont admis dans toutes les zones à l'exception de la ZP4. En effet, la ZP4 étant constituée des secteurs hors agglomération, la publicité y est interdite par la réglementation nationale. Les enseignes lumineuses étant interdites en ZP4, il a été jugé cohérent

d'interdire également les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines. En effet, ces dispositifs sont susceptibles de créer une pollution lumineuse incompatible avec la tranquillité nocturne et la qualité des paysages naturels. Dans ces espaces, où la nuit étoilée et les ambiances nocturnes préservées sont des atouts majeurs, toute source de lumière artificielle perturberait les écosystèmes.

ARTICLE I.2 – Superficie des dispositifs

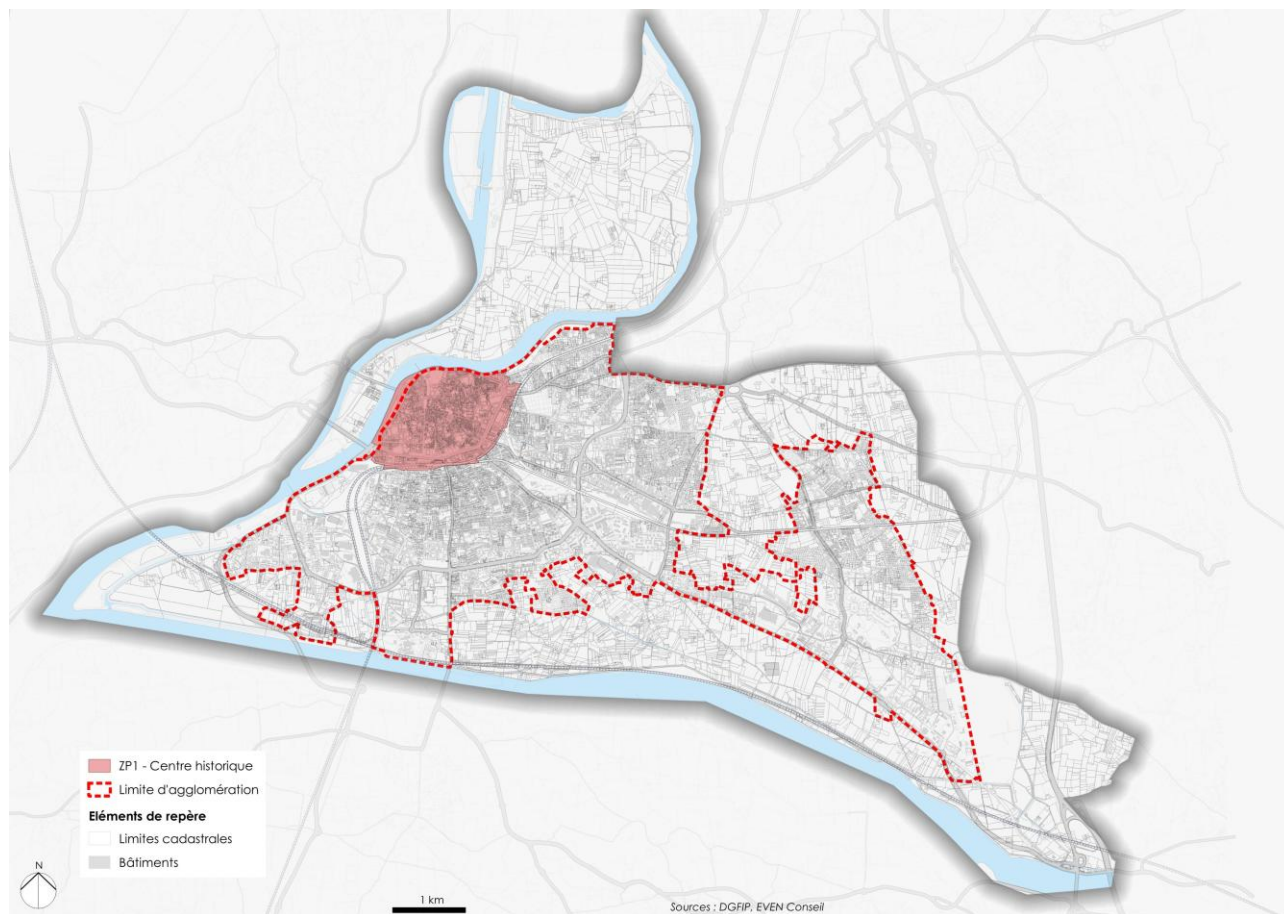
La limitation de la surface des dispositifs lumineux à 1 m² par élément et à 15 % de la surface totale de la vitrine vise à éviter toute surcharge visuelle sur les façades commerciales. Ces restrictions permettent de préserver l'harmonie architecturale et l'esthétique des rues, tout en garantissant que la vitrine reste lisible et accueillante pour les passants.

ARTICLE I.3 – Éclairage

L'éclairage des dispositifs doit être conçu de manière à s'adapter à la luminosité ambiante grâce à des systèmes de régulation automatique. Cette mesure permet de réduire la pollution lumineuse, de limiter l'inconfort visuel pour les piétons et les automobilistes, et de préserver la tranquillité des riverains.

3. Justification des dispositions particulières à chaque zone de publicité et trame

Dispositions particulières relatives à la ZP1 – Centre-ville d'Avignon et tour des remparts



Justification de la ZP1

La ZP1 délimite le cœur historique d'Avignon, un espace d'exception marqué par une concentration unique de patrimoine architectural et urbain, classé au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1995. Ce périmètre, circonscrit par les remparts médiévaux du XIV^e siècle, englobe non seulement les monuments emblématiques que sont le Palais des Papes, le Pont Saint-Bénézet et la Cathédrale des Doms, mais aussi un tissu urbain médiéval et renaissant d'une richesse rare, caractérisé par ses ruelles étroites, ses places animées et ses façades en pierre de Combas. Ce secteur, qui attire plus de 4 millions de visiteurs par an, incarne l'identité historique et culturelle de la ville, tout en constituant un pôle économique majeur grâce à son activité commerciale et touristique.

Le découpage de la ZP1 repose sur une logique patrimoniale et paysagère cohérente avec les orientations du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV). En tant que Site Patrimonial Remarquable (SPR), le centre historique d'Avignon nécessite une approche réglementaire spécifique pour préserver son authenticité visuelle et éviter toute altération de son caractère exceptionnel. Les règles strictes appliquées dans cette zone répondent à un double impératif : protéger l'intégrité architecturale d'un site classé, tout en garantissant une expérience visuelle harmonieuse pour les habitants et les visiteurs.

Par ailleurs, la pression touristique intense qui s'exerce sur ce secteur impose une gestion rigoureuse de la publicité extérieure pour éviter une banalisation du paysage urbain, comme observée dans d'autres villes patrimoniales européennes (Venise, Bruges, Sienne). Les enseignes et dispositifs publicitaires, s'ils ne sont pas strictement encadrés, risquent de dénaturer l'ambiance historique et de nuire à l'attractivité d'un site dont la valeur réside précisément dans son authenticité et son unité stylistique.

Elle comprend également la zone du tour des remparts qui constitue un espace tampon et de transition qu'il convient de préserver également de la publicité.

Enfin, ce découpage s'inscrit dans une démarche globale de préservation, en phase avec les recommandations de l'UNESCO et les avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), qui soulignent la nécessité de limiter les éléments visuels intrusifs dans les sites classés.

Correspondance avec les orientations

Cette zone, et le règlement qui lui est associé, traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue à préserver de l'affichage extérieur

- Objectif 0.1 : Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux différents espaces et à leurs usagers (enseignes et publicités) ;
- Objectif 0.2 : Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement...) ;

Orientation 2 - Préserver le site patrimonial remarquable, valoriser ses abords

- Objectif 2.1 : Conserver les possibilités d'affichage en intra-muros, tout en limitant strictement le type de support autorisé, le format et la densité
- Objectif 2.2 : Réduire l'emprise publicitaire et valoriser la zone du tour des remparts

Orientation 5 : Assurer l'intégration architecturale des enseignes

- Objectif 5.1 : Encadrer la densité et le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades.
- Objectif 5.2 : Travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti :
 - o Privilégier les lettres peintes et les lettrages fixés directement sur les façades.
 - o Assurer une cohérence d'implantation avec les lignes de composition des façades.
 - o Rechercher une harmonie dans les tons et les matériaux utilisés.
 - o Interdire les enseignes numériques, encadrer l'éclairage des enseignes lumineuses.

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP1

	RLP
Au sol	Interdit
Murale	
Mobilier urbain	
Lumineux	
Numérique	

La publicité est totalement interdite en ZP1, y compris sur le mobilier urbain. Cette interdiction s'explique par la nécessité de préserver l'harmonie visuelle d'un site classé, où toute forme de publicité extérieure risquerait de dénaturer l'authenticité des paysages urbains. Le centre historique d'Avignon, avec ses ruelles étroites et ses façades en pierre, doit conserver une ambiance visuelle épurée, en phase avec les recommandations de l'UNESCO et de l'Architecte des Bâtiments de France. Cette mesure permet également d'éviter une banalisation du cadre urbain, comme on l'observe dans d'autres villes patrimoniales où la publicité a altéré l'expérience des visiteurs. Enfin, cette interdiction s'inscrit dans une logique de cohérence avec le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur, qui impose déjà des restrictions strictes pour préserver l'intégrité architecturale du centre-ville. Ainsi, afin de préserver le site patrimonial remarquable et ses abords immédiats, la commune a souhaité interdire toute possibilité d'affichage.

Dispositions relatives aux enseignes en ZP1

	RLP
Au sol	Scellé au sol interdit Chevalet admis
En façade	3 par façade, dont 1 perpendiculaire max Lettrage découpé Règles d'implantation renforcées Interdiction des caissons totalement lumineux Règles d'intégration des enseignes issues du PSMV
Lumineux	<i>Rétroéclairage uniquement</i>

Une vigilance particulière à l'intégration des dispositifs d'enseigne est apportée dans cette zone du fait de sa situation en centre historique.

▪ *Enseignes au sol*

Les enseignes scellées au sol sont ainsi interdites, pour limiter les obstacles physiques et visuels dans ces secteurs où le tissu bâti est dense, et souvent peu large pour les déambulations piétonnes ou les voiries. Les enseignes posées au sol de type chevalet restent autorisées dans les limites définies par les dispositions générales (1,20 m x 0,80 m max). Ces dispositifs légers et temporaires s'intègrent mieux dans l'espace public, à condition de respecter les règles d'accessibilité et de ne pas obstruer les trottoirs.

▪ *Enseignes en façade*

Les enseignes en façade sont limitées à 3 par activité, dont une seule perpendiculaire, afin d'éviter une surcharge visuelle et de préserver l'harmonie des façades. Cette limitation permet aux commerçants de signaler leur présence sans masquer l'architecture, comme on l'observe dans certains exemples du diagnostic où les enseignes se cumulent et altèrent la lisibilité des bâtiments.

Les enseignes parallèles doivent être réalisées selon des techniques traditionnelles et discrètes sous la forme :

- soit de lettres peintes
- soit de lettres " collées ", à plat ou en relief.

Les caissons et planches sont interdits, car ils cachent la maçonnerie et dénaturent les bâtiments, comme le montrent certains exemples du diagnostic. Les enseignes doivent être situées sous l'appui de fenêtre du 1er étage, avec une hauteur maximale de 4 mètres et une longueur limitée à 4 mètres, afin de respecter les proportions des façades et de s'harmoniser avec les travées des baies commerciales.

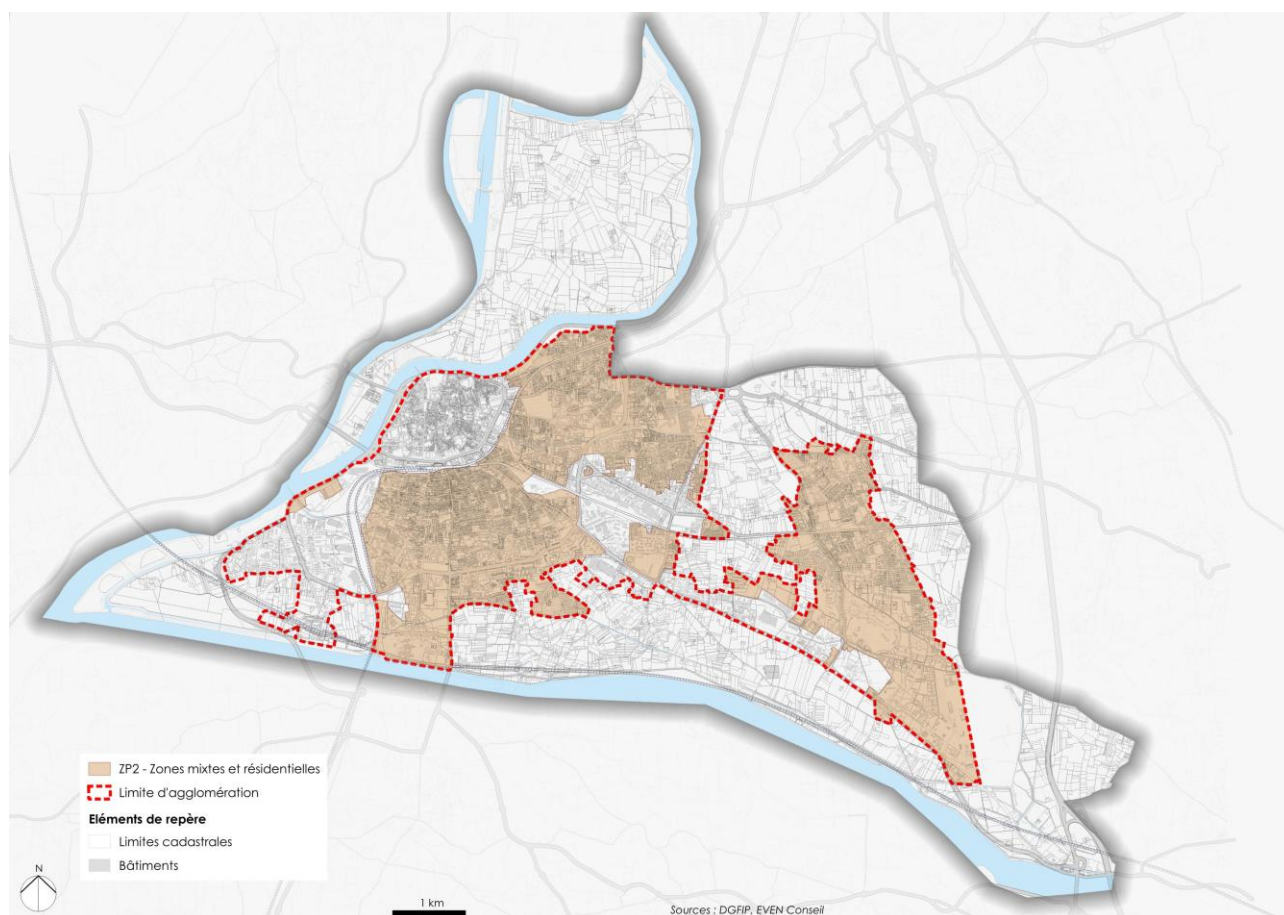
Les lettres doivent être choisies avec soin pour s'intégrer au style de l'immeuble. La hauteur des lettres n'excédera pas 40cm (50cm rue de la république et autres rues hausmaniennes) et la saillie des lettres en relief ne doit pas excéder 5 cm. Les enseignes perpendiculaires sont strictement encadrées : elles doivent être situées aux extrémités de la devanture, ne pas dépasser l'appui de fenêtre du 1er étage, et être limitées à 0,80 m² avec une épaisseur de 15 cm. Outre la peinture sur les supports autre que la pierre, on fait essentiellement appel au métal anodisé ou laqué, au fer forgé, au bois peint, et aux lettres polyester ou métalliques, sous réserve de présenter une grande qualité de finition. On évitera les supports en polyester, ou en caissons plastique ou translucides.

Ces règles garantissent une intégration harmonieuse et une qualité artisanale, en phase avec le patrimoine local.

▪ Enseignes lumineuses

Les enseignes lumineuses ne sont autorisées qu'en transparence ou rétroéclairage, car ces techniques émettent une lumière douce et homogène, contrairement aux néons ou écrans LED, qui sont agressifs et perturbants. Cette restriction permet de préserver les ambiances nocturnes du centre historique, où l'éclairage des monuments doit rester prédominant. Elle évite également une pollution lumineuse et respecte les objectifs de sobriété énergétique fixés par la loi Climat et Résilience.

Prescriptions particulières relatives à la ZP2 – Zones mixtes et résidentielles



Justification de la zone

La ZP2 couvre les quartiers résidentiels et mixtes d'Avignon, où se mêlent habitat, commerces de proximité et équipements publics. Ces secteurs, tels que les faubourgs, le quartier du Pont des Deux Eaux, les quartiers sud, de Montfavet et de Saint-Chamand, constituent des espaces du quotidien pour les Avignonnais, tout en accueillant ponctuellement des activités économiques et des services. Leur caractère résidentiel dominant en fait des zones où la qualité de vie et l'apaisement de l'espace public sont des enjeux majeurs.

Le découpage de la ZP2 répond à la nécessité de protéger ces quartiers d'une commercialisation excessive, tout en permettant une visibilité raisonnée des activités locales. Contrairement au centre historique, où les règles sont principalement dictées par des impératifs patrimoniaux, ces zones requièrent un équilibre entre vie locale et signalétique commerciale, afin d'éviter une saturation visuelle préjudiciable au cadre de vie. Les règles appliquées ici visent à limiter les enseignes intrusives et à privilégier une signalétique discrète et intégrée, en phase avec le caractère résidentiel et les attentes des habitants.

Par ailleurs, ces quartiers jouent un rôle clé dans la transition entre le centre dense et les zones périurbaines. Leur découpage en ZP2 permet d'y appliquer des règles adaptées à leur vocation mixte, tout

en évitant une rupture brutale avec les dispositions plus strictes du centre historique ou plus souples des zones d'activités. Cette approche garantit une progressivité dans l'application des règles, essentielle pour maintenir une cohérence visuelle à l'échelle de l'agglomération.

Enfin, ce découpage s'inscrit dans une démarche de préservation de la qualité de vie, en réponse aux attentes des Avignonnais, qui ont exprimé, lors des concertations publiques, leur souhait de limiter l'impact des enseignes et publicités dans leur environnement quotidien.

Correspondance avec les orientations

Cette zone, et le règlement qui lui est associé, traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue à préserver de l'affichage extérieur

- Objectif 0.1 : Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux différents espaces et à leurs usagers (enseignes et publicités) ;
- Objectif 0.2 : Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement...) ;

Orientation 3 - Encadrer l'affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels

- Objectif 3.1 : Encadrer l'affichage publicitaire dans les quartiers à vocation essentiellement résidentielle :
 - Adapter en particulier les formats aux caractéristiques urbaines de ces secteurs.
 - Encadrer la publicité lumineuse et numérique.

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP2

	RLP
Au sol	2,75 m ²
Murale	2,75 m ²
Mobilier urbain	2 m ²
Lumineux	Autorisé sur mobilier urbain
Numérique	Interdit

▪ *Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol (Article P2.1)*

En ZP2, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée dans une limite de 2,75 m². Cette surface réduite permet de limiter l'impact visuel de ces dispositifs, tout en offrant aux annonceurs un support de communication adapté au tissu résidentiel des faubourgs. Dans les quartiers résidentiels, une publicité de taille trop imposante dénaturerait le cadre de vie des habitants.

Cette limitation répond également aux attentes des riverains, exprimées lors des concertations, qui souhaitent préserver la tranquillité et l'esthétique de leurs quartiers.

▪ *Publicité murale (Article P2.2)*

La publicité murale est autorisée jusqu'à 2,75 m², une surface qui permet une visibilité suffisante sans dominer les façades. Dans les zones résidentielles, où les bâtiments sont souvent de taille modeste, une publicité trop grande déséquilibrerait les perspectives et altérerait l'harmonie des rues.

Cette règle vise à éviter les excès observés dans certains faubourgs, où des publicités murales trop imposantes ont créé des ruptures visuelles. En limitant la taille des publicités murales, le RLP garantit que ces dispositifs restent proportionnés et intégrés à leur environnement.

▪ *Publicité supportée par le mobilier urbain (Article P2.3)*

La publicité sur mobilier urbain est autorisée dans la limite de 2 m², une surface qui permet de maintenir une signalétique discrète tout en offrant une visibilité aux annonceurs. Conformément au Code de l'Environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou communautaires. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. De plus, le format maximum fixé à 2 m² apparaît plus adapté au contexte de faubourg.

Cette limitation répond aux enjeux de qualité de vie dans les quartiers résidentiels, où les habitants sont sensibles à la préservation d'un cadre de vie apaisé.

▪ *Publicité lumineuse (Article P2.4)*

La publicité lumineuse est uniquement autorisée lorsqu'elle est supportée par le mobilier urbain. Cette restriction vise à limiter les nuisances lumineuses dans les quartiers résidentiels, où la tranquillité nocturne est un enjeu majeur pour les habitants.

En se limitant au mobilier urbain, où les dispositifs sont déjà encadrés par un contrat passé avec la collectivité, le RLP permet une signalétique lumineuse modérée, sans altérer la qualité de vie des riverains. Cette mesure s'inscrit dans une démarche de sobriété énergétique et de respect des ambiances nocturnes.

Dispositions relatives aux enseignes en ZP2

	RLP
Au sol	Scellé au sol interdit (sauf si façade non visible depuis la voie publique) Chevalet admis
En façade	2 par activité, dont 1 perpendiculaire max Surface cumulée : 10% de la façade
Lumineux	Rétroéclairage uniquement

▪ *Enseignes scellées au sol (Article E2.1)*

Comme en ZP1, les enseignes scellées au sol sont interdites en ZP2, car elles encombreraient les trottoirs et créeraient un désordre visuel dans des quartiers où l'espace public est principalement dédié aux habitants. Ces dispositifs, souvent massifs et intrusifs, jureraient avec le caractère résidentiel des faubourgs et des grands ensembles.

Une dérogation est toutefois prévue pour les commerces dont le bâtiment n'est pas visible depuis la voie publique. Dans ce cas, une enseigne de 2 m² maximum et 3 m de hauteur peut être installée, afin de signaler l'activité sans impacter le paysage urbain. Cette dérogation encadrée permet de répondre aux besoins des commerçants tout en limitant l'impact visuel.

Les enseignes de type chevalet restent autorisées dans les limites des dispositions générales (1,20 m x 0,80 m max), car ces dispositifs légers et temporaires s'intègrent mieux dans l'espace public, à condition de ne pas obstruer les trottoirs et de respecter les règles d'accessibilité.

▪ *Enseignes en façade (Article E2.2)*

En ZP2, les enseignes en façade sont limitées à 2 par activité, dont une seule perpendiculaire. Cette limitation permet d'éviter une surcharge visuelle sur les façades, tout en offrant aux commerçants une

signalétique suffisante. Dans les quartiers résidentiels, où les bâtiments sont souvent de taille modeste, un excès d'enseignes déséquilibrerait les perspectives et altérerait l'harmonie des rues.

Les bâtiments à vocation d'habitation ne peuvent recevoir qu'une seule enseigne sur leur façade, afin de préserver leur caractère résidentiel et d'éviter une commercialisation excessive de l'espace public.

La surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser 10 % de la surface totale de la façade, une limite qui garantit que les enseignes restent proportionnées et intégrées à leur environnement. Cette disposition évite les excès observés dans certains faubourgs, où des enseignes trop grandes ou trop nombreuses ont créé des ruptures visuelles.

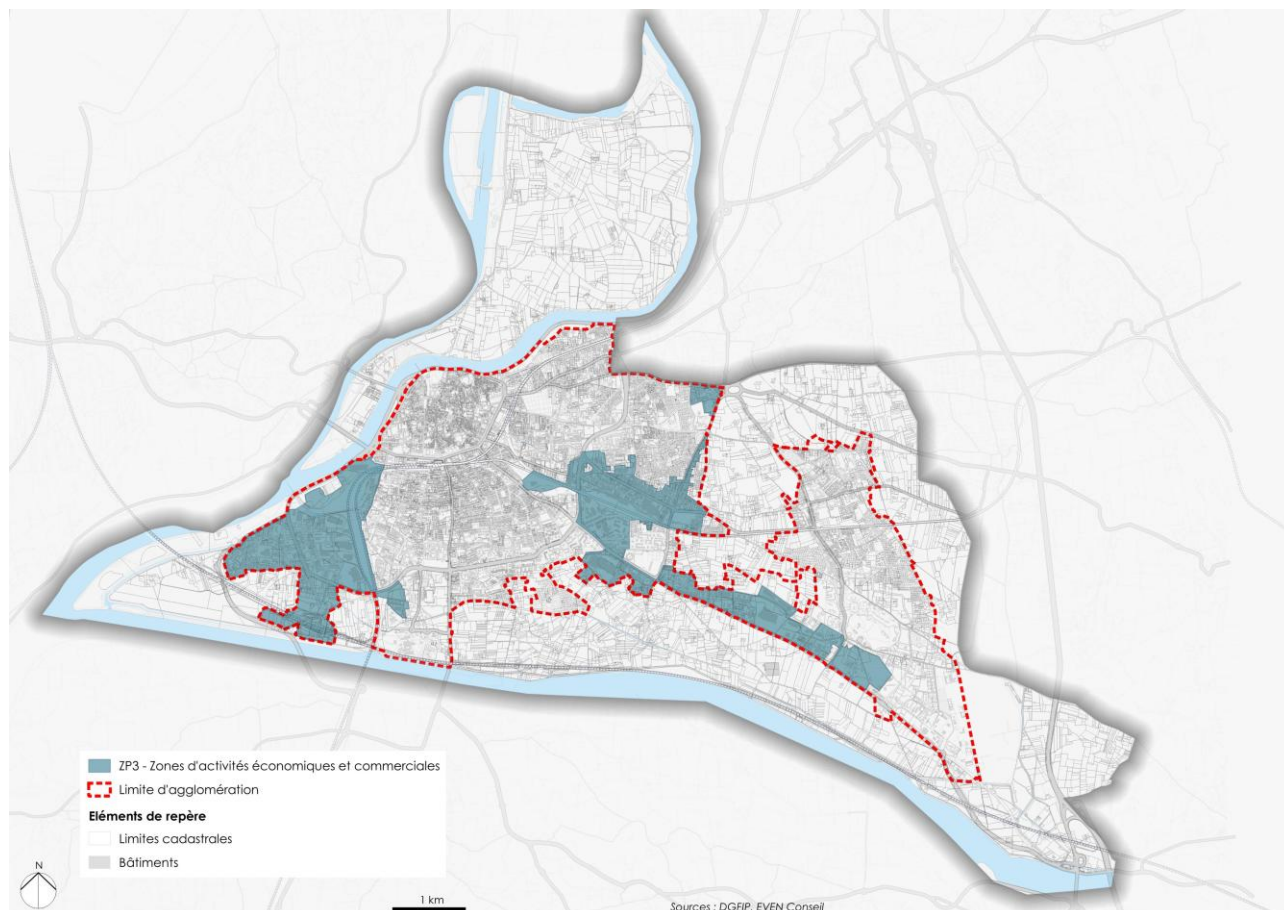
Les enseignes parallèles et perpendiculaires de type caisson sont interdites, car elles masquent les détails architecturaux et dénaturent les façades. Les enseignes doivent s'intégrer dans la devanture ou en tympan des entrées des commerces, pour une harmonie optimale avec le bâti.

- *Enseignes lumineuses (Article E2.3)*

Les enseignes lumineuses sont autorisées uniquement par transparence ou rétroéclairage, dans la limite d'une enseigne lumineuse par activité. Cette restriction vise à limiter la pollution lumineuse dans les quartiers résidentiels, où la tranquillité nocturne est essentielle pour les habitants.

En limitant les enseignes lumineuses à des techniques douces (transparence, rétroéclairage), le RLP permet aux commerçants de bénéficier d'une signalétique nocturne, tout en préservant la qualité de vie des habitants.

Prescriptions particulières relatives à la ZP3 – Zones d'activités économiques et commerciales



Justification de la zone

La ZP3 englobe les zones d'activités économiques et commerciales d'Avignon, situées principalement le long des axes routiers majeurs tels que la RN7, la D900 et les rocades. Ces secteurs, qui incluent des zones comme la ZAC de Courtine ou la Zone des Ginestières, jouent un rôle stratégique dans l'économie locale et constituent souvent la première image de la ville pour les visiteurs et les usagers des grands axes.

Le découpage de la ZP3 répond à un double impératif : autoriser une signalétique adaptée aux besoins économiques, tout en maîtrisant l'impact visuel des enseignes et publicités. Contrairement aux zones résidentielles ou historiques, où les règles sont plus restrictives, ces espaces nécessitent une approche pragmatique, permettant aux entreprises de se signaler efficacement, sans pour autant créer une pollution visuelle préjudiciable à l'image d'Avignon et de ces secteurs qui doivent eux aussi rechercher une qualité architecturale, urbaine et paysagère pour assurer leur transformation.

Ces zones, souvent saturées en enseignes et dispositifs publicitaires, sont des portes d'entrée économiques de la ville. Leur découpage en ZP3 permet d'y appliquer des règles plus souples que dans le centre historique, tout en encadrant strictement les formats, les densités et les types de supports autorisés.

Correspondance avec les orientations

Cette zone, et le règlement qui lui est associé, traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue à préserver de l'affichage extérieur

- Objectif 0.1 : Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux différents espaces et à leurs usagers (enseignes et publicités) ;
- Objectif 0.3 : Encadrer fermement les dispositifs numériques pour bénéficier de leurs avantages (besoin en dispositifs moins important, échange publicité/information de ville adaptables etc..) tout en limitant les nuisances associées (consommation d'énergie, nuisances visuelles...).

Orientation 4 - Réduire l'impact visuel des enseignes, en particulier sur les traversées de zones commerciales et le long des grandes pénétrantes urbaines

- Objectif 4.1 : Réduire la densité et le format des enseignes scellées au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.
- Objectif 4.2 : Encadrer les enseignes sur murs de clôture et les toitures.
- Objectif 4.3 : Encadrer les enseignes lumineuses et numériques.

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP3

	RLP
Au sol	8,5 m ²
Murale	8,5 m ²
Mobilier urbain	8 m ²
Lumineux	Autorisé sur mobilier urbain
Numérique	Autorisé – image fixe – 4 m ²

▪ *Publicité scellée au sol (Article P3.1)*

En ZP3, la publicité scellée au sol est **autorisée dans la limite de 8,5 m²**, une surface qui permet aux entreprises de **bénéficier d'une visibilité optimale** tout en évitant une **surcharge de l'espace public**. Contrairement aux zones résidentielles (ZP2) ou historiques (ZP1), où les règles sont plus restrictives, la ZP3 doit **répondre aux besoins de communication des activités économiques**, tout en **limitant les excès**.

Cette surface maximale de **8,5 m²** a été déterminée pour **équilibrer visibilité et intégration paysagère**. Elle permet aux entreprises de **se signaler efficacement** sans **créer un désordre visuel**, comme on l'observe parfois le long des **grandes pénétrantes urbaines**, où les publicités se cumulent et **dégrader l'image de la ville**, notamment du fait de la réglementation de la densité dans les dispositions générales.

- *Publicité murale (Article P3.2)*

La publicité murale est autorisée dans la limite de 8,5 m², une surface qui permet aux entreprises de communiquer efficacement sans dominer les façades. Dans les zones d'activités, où les bâtiments sont souvent de grande taille, cette limite évite que les publicités ne masquent l'architecture ou ne créent une pollution visuelle excessive.

Cette règle vise à préserver une certaine harmonie, même dans des secteurs à vocation commerciale, où l'esthétique des bâtiments doit rester lisible. En limitant la taille des publicités murales, le RLP garantit que ces dispositifs restent proportionnés et intégrés à leur environnement.

- *Publicité supportée par le mobilier urbain (Article P3.3)*

La publicité sur mobilier urbain est admise dans la limite de 8 m², une surface qui permet une visibilité optimale tout en maîtrisant l'impact sur l'espace public. Conformément au Code de l'Environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou communautaires. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations.

La limitation de format répond aux enjeux de qualité urbaine dans les zones d'activités, où les usagers sont déjà sollicités par de nombreux stimuli visuels. En restreignant la taille des publicités sur mobilier urbain, le RLP permet de maintenir une lisibilité des espaces, tout en offrant aux annonceurs un support de communication efficace.

- *Publicité lumineuse (Article P3.4)*

La publicité lumineuse est uniquement autorisée lorsqu'elle est apposée sur mobilier urbain. Cette restriction vise à limiter les nuisances lumineuses dans les zones d'activités, où une prolifération de dispositifs lumineux pourrait créer une pollution visuelle et perturber les ambiances nocturnes. La publicité numérique est admise dans cette zone, dans la limite de 4m² et à image fixe uniquement. Il a en effet été jugé que les nuisances générées par la publicité numérique étaient moindres en ZP3, ces secteurs étant généralement éloignés des habitations et dédiés à l'activité économique et commerciale. Au sein de ces espaces, la visibilité et l'attractivité sont des enjeux majeurs. Les supports numériques permettent aux entreprises d'informer les clients en réduisant le nombre de dispositifs, un support numérique permettant parfois de remplacer plusieurs panneaux publicitaires. L'autorisation du numérique permet ainsi de réduire la densité de l'affichage publicitaire sur ces secteurs soumis à une surabondance de dispositifs. En admettant ces dispositifs dans les zones d'activité, le RLP optimise leur utilité là où elles apportent un véritable bénéfice économique, tout en évitant leurs impacts au sein des zones naturelles ou résidentielles.

Dispositions relatives aux enseignes en ZP3

	RLP
Au sol	6 m ² Format totem obligatoire Mutualisation obligatoire sur une même unité foncière Chevalet admis
En façade	2 par activité Surface cumulée : 15% de la façade et 20m ² max

Lumineux

Système d'éclairage discret

▪ Enseignes scellées au sol (Article E3.1)

En ZP3, les enseignes scellées au sol sont autorisées dans la limite de 6 m², avec une hauteur maximale de 4 m. Ces dimensions permettent aux commerces de se signaler efficacement, tout en évitant une surcharge visuelle.

Le format "totem" (plus haut que large) est imposé pour limiter l'emprise au sol et faciliter la lisibilité depuis les voies de circulation. Cette forme verticale s'intègre mieux dans le paysage urbain et réduit les risques d'obstruction des trottoirs ou des espaces publics.

Lorsque plusieurs activités commerciales partagent une même unité foncière, leurs enseignes doivent être regroupées sur un totem unique, dont la surface est partagée équitablement. Ce dispositif mutualisé doit présenter un aspect harmonisé, afin d'éviter une prolifération de supports individuels qui encombreraient l'espace.

▪ Enseignes en façade (Article E3.2)

En ZP3, les enseignes en façade sont limitées à 2 par activité, avec une surface cumulée ne dépassant pas 15 % de la façade (dans la limite de 20 m²). Ces règles permettent aux entreprises de communiquer efficacement tout en évitant une surcharge visuelle qui nuirait à la lisibilité des bâtiments.

La limitation à 2 enseignes par façade évite une prolifération de dispositifs qui masqueraient l'architecture ou créeraient un désordre visuel, comme on l'observe parfois dans les zones commerciales saturées. La surface cumulée maximale de 15 % garantit que les enseignes restent proportionnées par rapport à la taille des bâtiments, préservant ainsi une harmonie d'ensemble.

Ces dispositions s'inspirent des bonnes pratiques des zones d'activités économiques, où un équilibre doit être trouvé entre visibilité commerciale et qualité du paysage urbain.

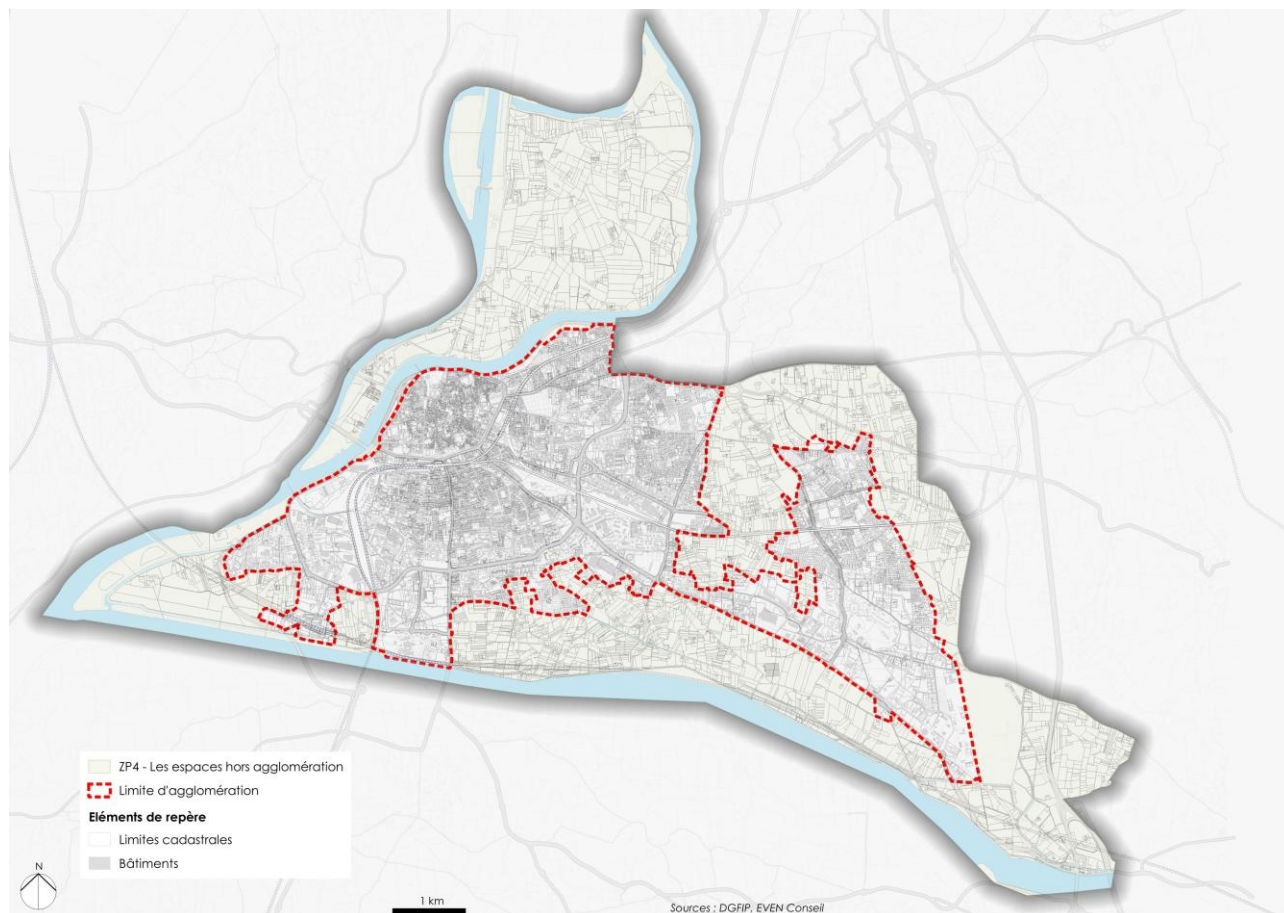
▪ Enseignes lumineuses (Article E3.3)

Les enseignes lumineuses sont autorisées par transparence, rétroéclairage ou projection, dans la limite d'une enseigne lumineuse par activité. Cette flexibilité permet aux entreprises de bénéficier d'une signalétique nocturne, tout en maîtrisant l'impact visuel et énergétique.

Les systèmes d'éclairage par projection doivent être masqués par un aménagement spécifique (rampe, coffrage) ou intégrés dans le bâti existant, afin d'éviter que les projecteurs ne soient visibles depuis la voie publique. Cette exigence garantit une intégration discrète des dispositifs lumineux, en phase avec les recommandations de l'ANPCEN et les objectifs de sobriété énergétique.

Les projecteurs doivent être orientés de manière à éviter toute gêne visuelle pour les riverains et à préserver la qualité nocturne du paysage urbain ou naturel. Cette mesure évite une pollution lumineuse excessive, tout en permettant aux entreprises de mettre en valeur leur activité de manière efficace et respectueuse de l'environnement.

Prescriptions particulières relatives à la ZP4 – Hors agglomération



Justification de la zone

La ZP4 concerne les secteurs situés hors agglomération, où la publicité extérieure est interdite par défaut, conformément à l'article L.581-4 du Code de l'environnement. Ces espaces, qui incluent les zones rurales, agricoles et naturelles d'Avignon (comme l'Île de la Barthelasse ou les Monts de Vaucluse), sont des espaces de respiration pour les habitants, où la qualité du paysage et la tranquillité sont des priorités absolues.

Le découpage de la ZP4 en une zone distincte répond à un impératif légal et environnemental. Hors agglomération, la réglementation nationale interdit toute publicité extérieure, à l'exception des préenseignes liées à une activité locale (ex. : domaines viticoles, gîtes ruraux, exploitations agricoles). Ce choix permet de protéger les paysages naturels et de prévenir toute urbanisation publicitaire qui viendrait dénaturer ces espaces préservés.

Par ailleurs, ces secteurs, souvent proches du Rhône ou des collines, sont des lieux de détente et de loisirs pour les Avignonnais. Leur découpage en ZP4 garantit que seule une signalétique discrète et fonctionnelle y est autorisée, en phase avec leur vocation naturelle et agricole. Cette approche s'aligne sur les secteurs N (naturels) et A (agricoles) du PLU, où les constructions et les aménagements sont déjà strictement encadrés pour préserver l'environnement.

Enfin, ce découpage contribue à renforcer la qualité de vie dans ces espaces, en évitant toute pollution visuelle qui pourrait altérer leur caractère rural et paisible. Il s'inscrit dans une démarche globale de préservation des paysages, conforme aux objectifs du SCoT et aux attentes des habitants, qui ont exprimé leur attachement à ces espaces lors des concertations publiques.

Correspondance avec les orientations

Cette zone, et le règlement qui lui est associé, traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue à préserver de l’affichage extérieur

- Objectif 0.1 : Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux différents espaces et à leurs usagers (enseignes et publicités) ;
- Objectif 0.2 : Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade, à proximité d’espaces verts et de tout autre espace jugé source d’aménités (loisirs, détente, ressourcement...) ;
- Objectif 0.3 : Encadrer fermement les dispositifs numériques pour bénéficier de leurs avantages (besoin en dispositifs moins important, échange publicité/information de ville adaptables etc..) tout en limitant les nuisances associées (consommation d’énergie, nuisances visuelles...).

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP4

	RLP
Au sol	Interdit
Murale	Sauf pré-enseignes dérogatoires :
Mobilier urbain	- Productions du terroir, vente à la ferme
Lumineux	- Monuments historiques ouverts au public
Numérique	→ Au sol, 1m x 1,5m, 4 dispositifs

En ZP4, toute publicité est interdite, conformément au code de l’environnement. Cette interdiction s’explique par la nécessité de préserver l’intégrité des paysages naturels et agricoles.

Dispositions relatives aux enseignes en ZP4

	RLP
Au sol	Scellé au sol interdit <i>sauf si façade non visible depuis la voie publique</i> Chevalet admis
En façade	2 par façade, dont 1 perpendiculaire max Surface : 10% de la façade avec un maximum
Lumineux	Interdit

▪ *Enseignes au sol (Article E4.1)*

Les enseignes au sol sont interdites en ZP4, car elles dénatureraient les paysages naturels et agricoles. Une dérogation est toutefois prévue pour les activités dont le bâtiment n’est pas visible depuis la voie publique. Dans ce cas, une enseigne de 2 m² maximum et 3 m de hauteur peut être installée, afin de signaler l’activité (ex. : gîte rural, domaine viticole) sans impacter le paysage. Cette dérogation encadrée permet de répondre aux besoins des exploitants locaux, tout en limitant strictement l’impact visuel.

▪ *Enseignes en façade (Article E4.2)*

En ZP4, les enseignes en façade sont limitées à 2 par activité, dont une seule perpendiculaire, avec une surface cumulée ne dépassant pas 10 % de la façade. Ces règles visent à autoriser une signalétique minimale pour les activités locales (ex. : exploitations agricoles, gîtes, artisans), tout en évitant une surcharge visuelle incompatible avec le caractère rural de ces zones.

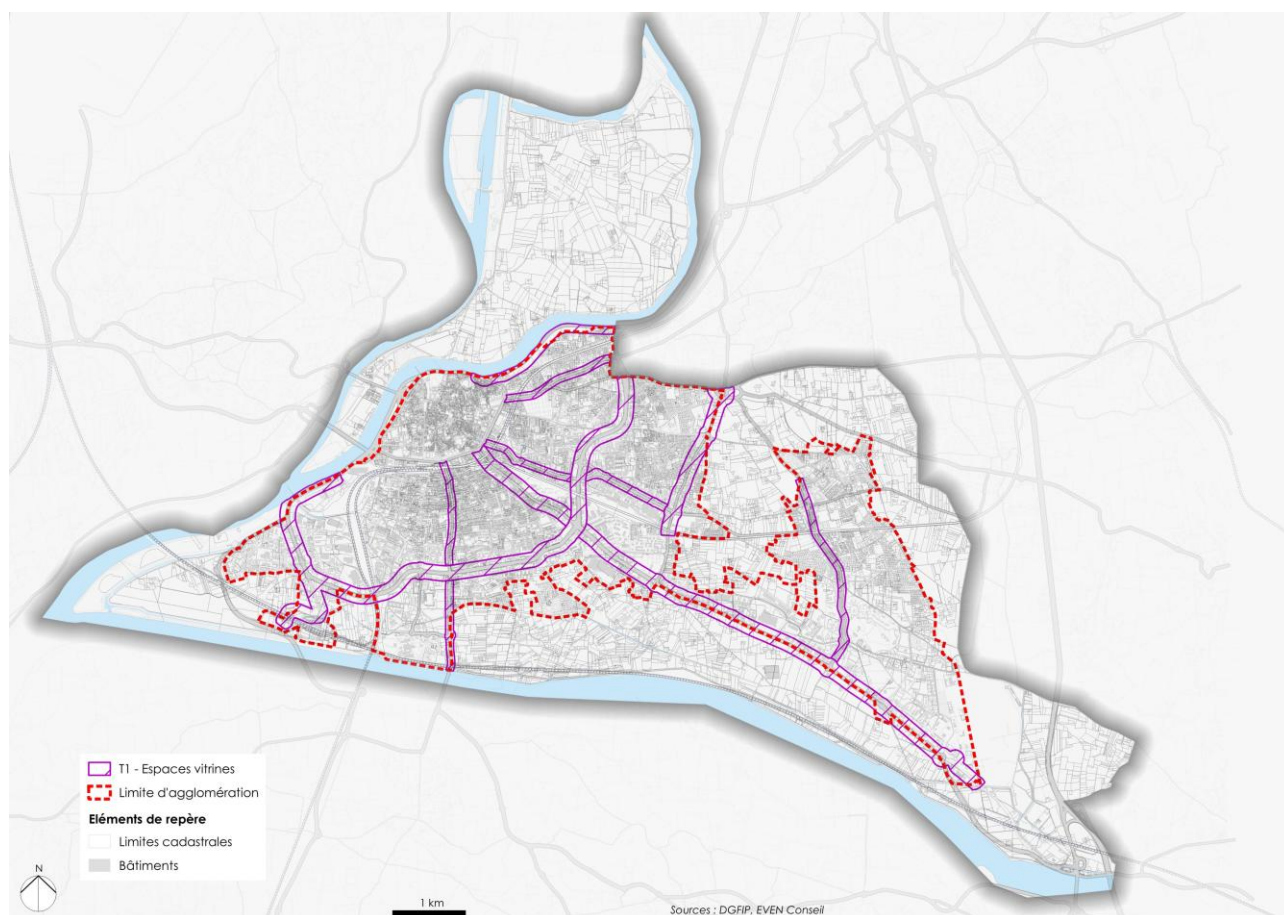
La limitation à 2 enseignes par façade permet de signaler une activité sans masquer l’architecture ou dénaturer les bâtiments, souvent de taille modeste et intégrés à leur environnement. La surface cumulée

maximale de 10 % garantit que les enseignes restent discrètes et proportionnées, préservant ainsi l'harmonie des paysages ruraux.

- *Enseignes lumineuses (Article E4.3)*

Les enseignes lumineuses sont totalement interdites en ZP4, car elles créeraient une pollution lumineuse incompatible avec la tranquillité nocturne et la qualité des paysages naturels. Dans ces espaces, où la nuit étoilée et les ambiances nocturnes préservées sont des atouts majeurs, toute source de lumière artificielle perturberait les écosystèmes.

Prescriptions particulières relatives à la Trame 1 – Espaces vitrines et entrées de ville



Justification de la trame

La Trame 1 cible les entrées de ville et les grandes pénétrantes urbaines d'Avignon. Elle couvre une bande tampon d'une largeur de 100 mètres de part et d'autre de l'axe des voies principales (Rocade Charles de Gaulle, avenue Pierre Semard, route de Marseille, avenue de l'amandier) et d'une largeur de 50 mètres de part et d'autre de l'axe des voies secondaires (avenue de Tarascon, route de Lyon, route de Montfavet, route du Dr. Pons, avenue des Magnanarelles). Ces axes, souvent premier contact visuel avec la ville pour les visiteurs et les usagers, jouent un rôle clé dans la perception globale d'Avignon. Leur découpage en trame spécifique répond à un enjeu d'image urbaine et de requalification des espaces publics.

Ces secteurs concentrent une forte densité d'enseignes en façade auxquelles s'ajoutent des enseignes scellées au sol et de dispositifs publicitaires, ce qui a conduit à des plaintes récurrentes des riverains pour pollution visuelle. L'objectif est de requalifier ces axes pour en faire des portes d'entrée attractives et harmonieuses, en phase avec l'identité d'Avignon.

Ce découpage s'inscrit dans le cadre des politiques publiques en cours. En effet, en 2024, la ville d'Avignon a été désignée lauréate de l'appel à projet lancé par l'Etat et relatif au Plan de Transformation des Zones Commerciales. La candidature portait sur la réflexion pour le devenir de la zone commerciale de la Cristole La Castelette. Le Plan de Transformation des Zones Commerciales est envisagé comme constituant une brique dans la démarche plus globale engagée par les partenaires publics dans le cadre du dispositif ACV2 « Entrée de Ville », la zone constituant l'entrée de ville Avignon Sud.

D'une manière globale, la transformation progressive de ces axes par le développement des transports en commun (tramway avenue St Ruf et avenue du Général de Gaulle) et des modes actifs obligent doit être accompagné par une réglementation de la publicité cohérente, moins tournée vers l'usage du véhicule.

Correspondance avec les orientations

Cette trame, et le règlement qui lui est associé, traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue à préserver de l'affichage extérieur

- Objectif 0.1 : Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux différents espaces et à leurs usagers (enseignes et publicités) ;
- Objectif 0.2 : Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement...) ;
- Objectif 0.3 : Encadrer fermement les dispositifs numériques pour bénéficier de leurs avantages (besoin en dispositifs moins important, échange publicité/information de ville adaptables etc..) tout en limitant les nuisances associées (consommation d'énergie, nuisances visuelles...).

Orientation 1 - Améliorer la qualité des entrées de ville et des pénétrantes urbaines de la commune

- Objectif 1.1 : Proscrire le format 12 m² tout en conservant un format adapté à la lisibilité des messages publicitaires sur l'ensemble de ces axes urbains.
- Objectif 1.2 : Réduire la densité des panneaux publicitaires graduellement en direction du centre.
- Objectif 1.3 : Encadrer l'esthétique des panneaux publicitaires (couleurs, monopied à privilégier, ...).

Orientation 4 - Réduire l'impact visuel des enseignes, en particulier sur les traversées de zones commerciales et le long des grandes pénétrantes urbaines

- Objectif 4.1 : Réduire la densité et le format des enseignes scellées au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.
- Objectif 4.2 : Encadrer les enseignes sur murs de clôture et les toitures.
- Objectif 4.3 : Encadrer les enseignes lumineuses et numériques.

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en T1

RLP	
Au sol	Interdit

Dans la Trame 1, la publicité au sol est totalement interdite. Cette interdiction s'explique par la nécessité de limiter la saturation visuelle le long des grandes pénétrantes urbaines, où les dispositifs publicitaires au sol encombreraient les trottoirs et créeraient un désordre visuel.

Les entrées de ville sont des espaces stratégiques pour l'image d'Avignon. Y autoriser des publicités au sol risquerait de banaliser ces axes, en les transformant en corridors publicitaires, comme on l'observe dans

certaines métropoles. Cette mesure vise à préserver la qualité des paysages urbains et à éviter une dégradation de l'expérience visuelle pour les usagers et les visiteurs.

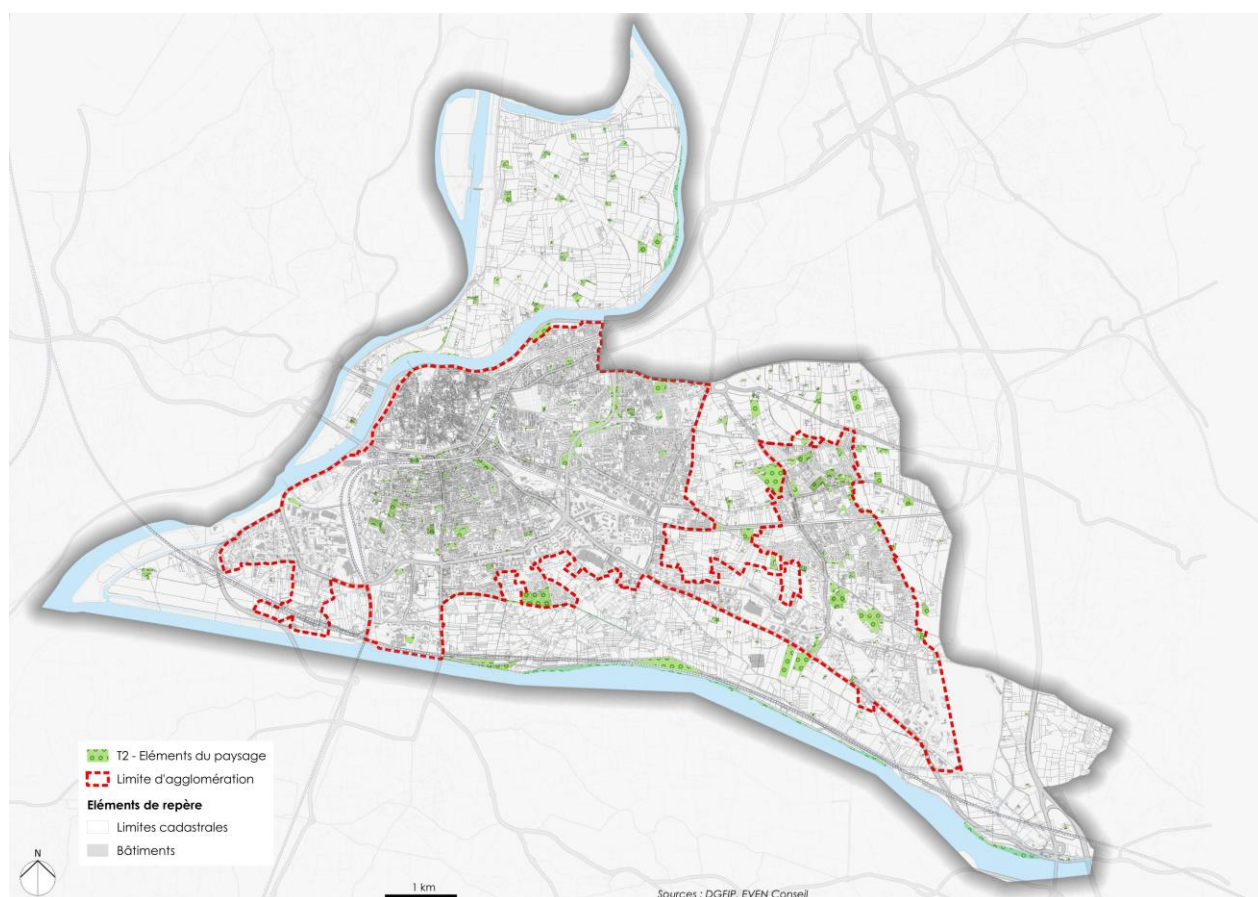
Dispositions relatives aux enseignes en T1

RLP	
Au sol	Interdit

Les enseignes au sol sont interdites, pour les mêmes raisons que la publicité au sol. Ces dispositifs, souvent massifs et intrusifs, encombreraient les trottoirs et créeraient une pollution visuelle le long des axes structurants.

Les entrées de ville sont des espaces de transition entre les zones périurbaines et le centre-ville. Y autoriser des enseignes scellées au sol risquerait de surcharger visuellement ces axes, déjà fortement sollicités par les activités commerciales et les flux de circulation. Cette interdiction vise à maintenir une lisibilité des paysages urbains et à éviter une dégradation de l'image d'Avignon, du fait d'une saturation de la signalétique commerciale en entrée de ville.

Prescriptions particulières relatives à la Trame 2 – Patrimoine bâti et végétal



Justification de la trame

La Trame Patrimoine du RLP d'Avignon a été spécifiquement conçue pour protéger et valoriser les espaces à forte valeur paysagère et environnementale, tels que définis par le Plan Local d'Urbanisme. Elle couvre les « éléments de paysage et écologiques », les bâtiments remarquables et les ensembles bâtis remarquables protégés par le PLU au titre des articles L.151-19 et L.151-23. Ces articles du Code de l'urbanisme permettent d'identifier et de protéger les éléments de paysage, les bâtiments, les sites et les ensembles

urbains remarquables, ainsi que les espaces naturels ou boisés qui contribuent à la qualité du cadre de vie. Les éléments identifiés au règlement graphique comprennent notamment les jardins et parcs situés aux abords de bâtis patrimoniaux qui constituent un témoignage de l'histoire d'Avignon et qui contribuent à la mise en valeur des bâtiments auxquels ils sont rattachés. Il s'agit également des jardins, boisements, espaces verts, parcs qui, par leur surface et leur emplacement, contribuent au maintien de corridors écologiques.

En intégrant ces éléments dans la Trame Patrimoine bâti et végétal, le RLP vise à éviter toute dégradation visuelle qui pourrait altérer leur caractère exceptionnel, tout en garantissant une cohérence avec les objectifs de préservation portés par le PLU.

Correspondance avec les orientations

Cette trame, et le règlement qui lui est associé, traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

Orientation générale : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue à préserver de l'affichage extérieur

- Objectif 0.1 : Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux différents espaces et à leurs usagers (enseignes et publicités) ;
- Objectif 0.2 : Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement...) ;

Orientation 2 - Préserver le site patrimonial remarquable, valoriser ses abords

- Objectif 2.1 : Conserver les possibilités d'affichage en intra-muros, tout en limitant strictement le type de support autorisé, le format et la densité
- Objectif 2.2 : Réduire l'emprise publicitaire et valoriser la zone du tour des remparts

Orientation 5 : Assurer l'intégration architecturale des enseignes

- Objectif 5.1 : Encadrer la densité et le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades.
- Objectif 5.2 : Travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti :
 - o Privilégier les lettres peintes et les lettrages fixés directement sur les façades.
 - o Assurer une cohérence d'implantation avec les lignes de composition des façades.
 - o Rechercher une harmonie dans les tons et les matériaux utilisés.
 - o Interdire les enseignes numériques, encadrer l'éclairage des enseignes lumineuses.

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en T2

	Règles appliquées sur la commune
Au sol	Interdit
Murale	
Mobilier urbain	
Lumineux	
Numérique	

Dans la Trame 2, toute publicité est interdite, y compris celle supportée par le mobilier urbain. Cette interdiction s'explique par la nécessité absolue de préserver la qualité des paysages urbains et naturels que représentent ces espaces.

Les éléments de patrimoine (parcs, jardins, alignements d'arbres) et les zones végétalisées (Uv) sont des réservoirs de biodiversité et des lieux de détente pour les Avignonnais. Y autoriser la publicité, même discrète, dénaturerait leur caractère et altérerait leur fonction récréative. Cette mesure vise à :

- Protéger l'intégrité visuelle de ces espaces, où la végétation et les perspectives doivent rester prédominantes.
- Éviter une commercialisation de lieux dédiés à la qualité de vie et au bien-être des habitants.
- Respecter les dispositions du PLU, qui classe ces secteurs en zones protégées (Uv) et impose une préservation stricte de leur caractère naturel et paysager.

Dispositions relatives aux enseignes en T2

	RLP
Au sol	Scellé au sol interdit Chevalet admis
En façade	3 par façade, dont 1 perpendiculaire max Lettrage découpé Règles d'implantation renforcées Interdiction des caissons totalement lumineux Règles d'intégration des enseignes issues du PSMV
Lumineux	<i>Rétroéclairage uniquement</i>

Dans la Trame 2, les enseignes en façade sont soumises aux mêmes règles que dans la ZP1, afin de garantir une intégration parfaite dans des espaces à forte valeur patrimoniale et paysagère. Ces règles visent à :




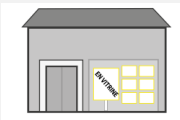
- Limiter le nombre d'enseignes (3 maximum par façade, dont 1 perpendiculaire), pour éviter une surcharge visuelle.
- Imposer des techniques d'intégration discrètes (lettres découpées, intégration dans la menuiserie), pour que les enseignes s'harmonisent avec les façades.
- Interdire les caissons et supports intrusifs, qui masqueraient l'architecture ou dénatureraient les bâtiments.
- Contrôler les dimensions (hauteur, longueur, saillie), pour que les enseignes restent proportionnées et respectent les perspectives.

Ces dispositions s'appliquent aux bâtiments situés dans les éléments de patrimoine (ex. : pavillons en bordure de parc, maisons dans des jardins classés) et aux activités installées dans les zones Uv (ex. : cafés, ateliers, équipements culturels). Elles visent à préserver l'harmonie de ces espaces, où la végétation et les paysages doivent rester dominants.

Synthèses des règles applicables en matière de publicités et préenseignes

Dispositifs	ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	T1	T2
<div><div><div>SCELLÉE AU SOL</div><div>POSEE AU SOL</div></div><div>Au sol</div></div>	Interdit	2,75 m²	8,5 m²	Interdit par la réglementation nationale	Interdit	Interdit
<div><div><div></div><div>PUBLICITÉ</div></div><div>Mural</div></div>		2,75 m²	8,5 m²		Se référer à la zone en vigueur	
<div><div><div>PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN</div></div><div>Sur mobilier urbain</div></div>		2 m²	8 m²		Se référer à la zone en vigueur	
<div><div><div></div><div>LUMINEUX</div></div><div>Lumineux</div></div>		Uniquement sur mobilier urbain	Uniquement sur mobilier urbain		Se référer à la zone en vigueur	
<div><div><div></div><div></div></div><div>Lumineux ou numérique en vitrine</div></div>	1 m² Surface cumulée : 15% de la surface totale de la vitrine				1 m² Surface cumulée : 15% de la surface totale de la vitrine	

Synthèse des règles applicables en matière d'enseignes

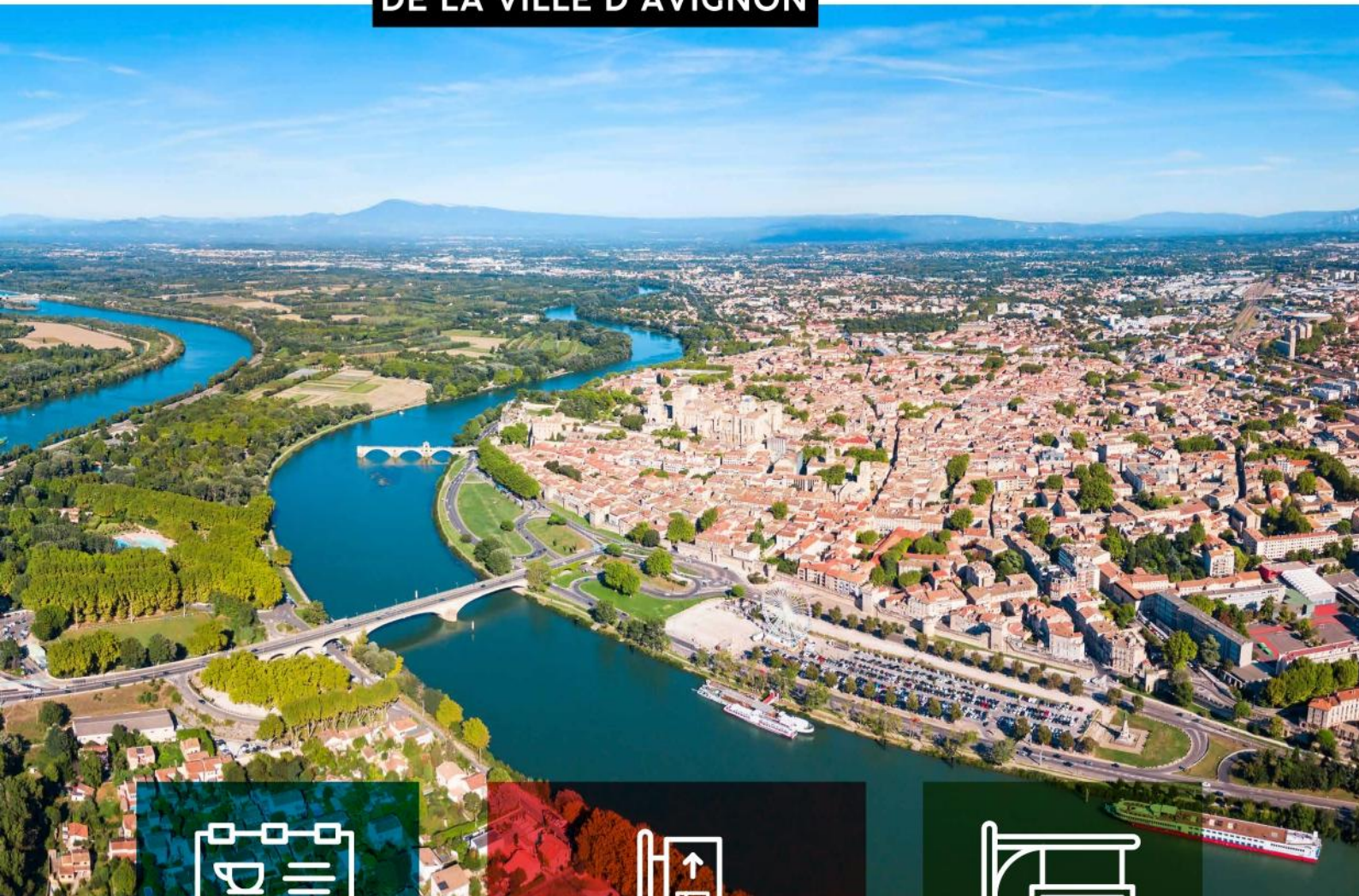
Dispositifs	ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	T1	T2
 <p><i>Au sol</i></p>	Scellé au sol interdit Dérogation si façade non visible depuis la voie (2 m²) Posé au sol admis, format chevalet.	Scellé et posé au sol interdit Dérogation si façade non visible depuis la voie (2 m²)	1 admise par activité, 6 m² et 4m de hauteur max. Format totem obligatoire. Mutualisation obligatoire. Posé au sol interdit.	Scellé et posé au sol interdit Dérogation si façade non visible depuis la voie (2 m²)	Scellé et posé au sol interdit Dérogation si façade non visible depuis la voie (2 m²)	Scellé et posé au sol interdit Dérogation si façade non visible depuis la voie (2 m²)
 <p><i>En façade</i></p>	3 enseignes par façade par voie max dont 1 seule perpendiculaire. Respect des règles du PSMV.	2 enseignes par façade par voie max dont 1 seule perpendiculaire. Surface cumulée : 10% de la surface de la façade. Enseignes de type caisson interdites.	2 enseignes par façade max. Surface cumulée : 15% de la surface de la façade, dans la limite de 20m².	2 enseignes par façade par voie max dont 1 seule perpendiculaire. Surface cumulée : 10% de la surface de la façade. Enseignes de type caisson interdites.	<i>Se référer à la zone en vigueur</i>	3 enseignes par façade par voie max dont 1 seule perpendiculaire. Respect des règles du PSMV.
 <p><i>Lumineux</i></p>	Admis, par transparence ou rétroéclairage uniquement.	Admis, par transparence ou rétroéclairage uniquement. 1 seule enseigne lumineuse par activité.	Admis, dans la limite d'une seule enseigne lumineuse par activité.	Interdit.	<i>Se référer à la zone en vigueur</i>	Admis, par transparence ou rétroéclairage uniquement.
 <p><i>Lumineux ou numérique en vitrine</i></p>	1 m² Surface cumulée : 15% de la surface totale de la vitrine			Interdit.	1 m² Surface cumulée : 15% de la surface totale de la vitrine	

AVIGNON

Ville d'exception

RLP

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE LA VILLE D'AVIGNON



PUBLICITÉ



PRÉ-ENSEIGNE



ENSEIGNE

REGLEMENT

AVIGNON
Ville d'exception

Règlement

DELIBERATION DE PRESCRIPTION DU RLP :	19/12/2020
DELIBERATION SUR LE DEBAT DES ORIENTATIONS :	30/09/2023
DELIBERATION D'ARRET DU RLP :	29/11/2025
ENQUETE PUBLIQUE :	
DELIBERATION D'APPROBATION :	

Sommaire

Préambule	2
Application du règlement.....	2
Dispositions applicables aux publicités et préenseignes.....	5
P0. Dispositions générales.....	5
P1. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 1 (ZP1)	10
P2. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 2 (ZP2)	10
P3. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 3 (ZP3)	11
P4. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 4 (ZP4)	12
P5. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 1 (T1)	12
P6. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 2 (T2)	12
Dispositions applicables aux enseignes	13
E0. Dispositions générales.....	13
E1. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 1 (ZP1)	18
E2. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 2 (ZP2)	20
E3. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 3 (ZP3)	21
E4. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 4 (ZP4)	22
E5. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 1 (T1)	23
E6. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 2 (T2)	23
Dispositions applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.....	25
Glossaire	27

Préambule

Application du règlement

Le présent règlement vient adapter les dispositions nationales applicables à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, y compris les dispositifs lumineux ou numériques situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.

Les dispositions du Code de l'environnement qui ne sont pas expressément modifiées restent applicables de plein droit.

A titre d'information et ce à visée pédagogique, des rappels du Code de l'environnement sont ponctuellement effectués en note de bas de page ou en encart.

Dans le même esprit et pour faciliter également l'instruction des encarts spécifiques sans portée réglementaire viennent faire des recommandations ou des renvois à d'autres réglementations

Délimitation des zones de publicité

Sur le territoire 4 zones et 2 trames ont été instituées :

- **La zone n°1 (ZP1)** couvre le centre historique ainsi que le tour des remparts, classé site patrimonial remarquable.
- **La zone n°2 (ZP2)** couvre les espaces mixtes et résidentiels (faubourgs grands ensembles, tissus pavillonnaire) ;
- **La zone n°3 (ZP3)** couvre les zones d'activités économiques et commerciales ;
- **La zone n°4 (ZP4)** couvre les espaces situés hors agglomération, où la publicité est interdite. Il s'agit des espaces agricoles et de nature.
- **La trame 1 (T1)** « Espaces vitrines et entrées de ville » couvre les entrées de ville présentant soit un caractère emblématique à préserver soit un enjeu de requalification telles que les portions d'axes sensibles. Elle couvre une bande tampon d'une largeur de 100 mètres de part et d'autre de l'axe des voies principales (Rocade Charles de Gaulle, avenue Pierre Semard, route de Marseille, avenue de l'amandier) et d'une largeur de 50 mètres de part et d'autre de l'axe des voies secondaires (avenue de Tarascon, route de Lyon, route de Montfavet, route du Dr. Pons, avenue des Magnanarelles).
- **La trame 2 (T2)** « Patrimoine bâti et végétal » couvre les éléments patrimoniaux repérés au sein du PLU, au titre des articles L151-19 et 23 et la zone Uv du PLU, soit les espaces urbains fortement végétalisés à vocation de loisirs.

Les limites de chacune des zones de publicité sont identifiées dans les documents graphiques annexés au RLP.

Dans chacune des zones de publicité et trames, les dispositions générales puis les dispositions particulières à chaque zone et typologie de dispositifs du présent règlement viennent restreindre certaines dispositions nationales. En ce sens, au sein des deux trames s'applique une compilation de dispositions réglementaires, à savoir :

- Les dispositions générales du RLP ;
- Les dispositions relatives à la zone de publicité concernée ;
- Les dispositions relatives à l'identification dans une trame, qui précisent seulement certains points réglementaires des dispositions particulières.

Dispositifs visés par le présent règlement

Selon l'article L. 581-3 du Code de l'Environnement, les dispositifs encadrés par le présent règlement sont définis de la façon suivante :

- **Publicité** : constitue une publicité, à l'exception des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images, étant assimilés à des publicités.
- **Préenseigne** : constitue une préenseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

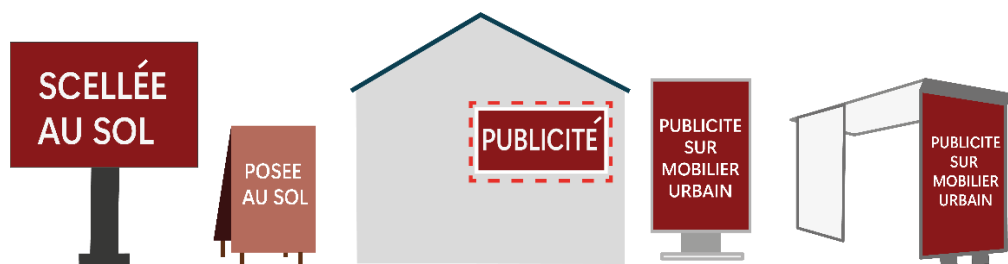


FIGURE 1 : EXEMPLES DE TYPOLOGIES DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES

- **Enseigne** : constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

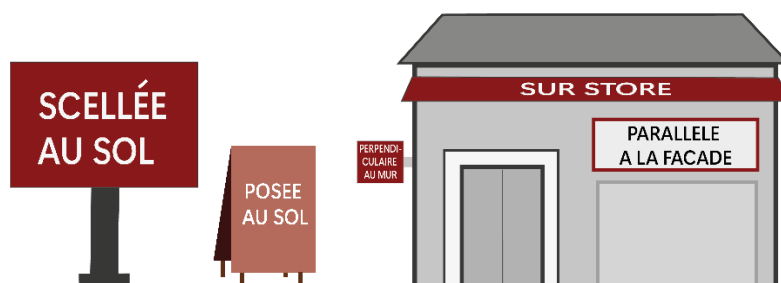


FIGURE 2 : EXEMPLES DE TYPOLOGIES D'ENSEIGNES

Accusé de réception en préfecture
084-218400075-20251129-lmc1X01000218fc-DE
Date de télétransmission : 04/12/2025
Date de réception préfecture : 04/12/2025

Dispositions applicables aux publicités et préenseignes

P0. Dispositions générales

ARTICLE P0.0. Application des prescriptions à la publicité et aux préenseignes

Les dispositions de la présente partie s'appliquent tant à la publicité qu'aux préenseignes.

ARTICLE P0.1 Interdiction de publicité

- 1/ La publicité est interdite sur clôture, aveugle ou non.
- 2/ La publicité est interdite sur toiture ou terrasse en tenant lieu.
- 3/ La publicité est interdite sur garde-corps de balcon ou balconnet.

ARTICLE P0.2. Dérogation à certaines interdictions légales de publicité

- 1/ Par dérogation à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement, sont admis dans les lieux mentionnés aux 1° et 2° du paragraphe I de l'article L. 581-8 du Code de l'Environnement :
 - La publicité installée sur bâches de chantier, dans les conditions prévues aux articles R. 581-19, R. 581-53 et R. 581-54 du Code de l'environnement ;
 - Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tel que prévu par les articles L. 581-13 et R. 581-2 à R. 581-4 du Code de l'environnement.
- 2/ Dans les lieux mentionnés au 1° du paragraphe I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement, c'est-à-dire aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine, seules sont admises les publicités suivantes à condition que leur installation soit également admise par les dispositions particulières applicables à la zone concernée :
 - Dans un rayon de 100 mètres autour des Monuments Historiques :
 - La publicité est admise uniquement lorsqu'elle est supportée par du mobilier urbain, sous réserve que sa surface unitaire n'excède pas 2m².
 - En dehors d'un rayon de 100 mètres et dans un rayon de 500 mètres autour des Monuments Historiques :

- Est admise la publicité autorisée dans la zone de publicité concernée, dans les conditions applicables à cette zone.

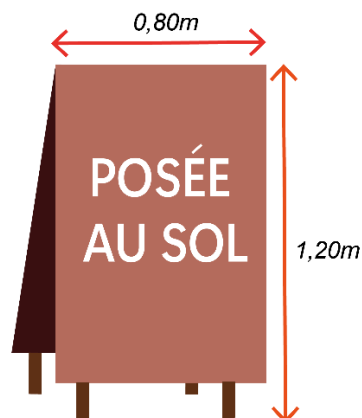
RAPPEL

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du Code de l'Environnement. A savoir :

- 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;*
- 2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;*
- 3° Dans les parcs naturels régionaux ;*
- 4° Dans les sites inscrits ;*
- 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;*
- 6° (abrogé)*
- 7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.*

ARTICLE P0.3. Dimensions

- 1/ A l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones correspondent au format « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement.
- 2/ Les dimensions maximales autorisées sur mobilier urbain correspondent au format visible de l'affiche publicitaire ou de l'écran.
- 3/ Un dispositif ne peut comporter plus de deux faces.
- 4/ Dans le cas d'une structure double face, les publicités doivent être de mêmes dimensions, alignées et placées dos à dos, à l'exception des chevalets.
- 5/ Tout dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol d'une surface supérieure à 2 m² est de type « monopied ». Ce pied est vertical. La largeur du pied n'excède pas le quart de la largeur totale du dispositif.
- 6/ La hauteur maximum des dispositifs publicitaires ne peut excéder 6 mètres.
- 7/ Les dimensions des dispositifs installés directement sur le sol, de type chevalet, ne peuvent excéder 1,20 mètres de hauteur et 0,80 mètres de largeur. Deux faces sont autorisées par dispositif.



RAPPEL

Les chevalets installés directement sur le domaine public sont autorisés dans le seul cas où l'activité concernée dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public. Ces dispositifs ne doivent pas nuire à la sécurité et à l'usage normal de la voie publique. Ils doivent notamment respecter la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées », et des décrets et arrêtés en portant application.

ARTICLE P0.4. Accessoires annexes à la publicité

- 1/ L'habillage par un carter de protection esthétique dissimulant la structure du revers non exploité d'un dispositif est obligatoire.
- 2/ Lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, les passerelles sont interdites.
- 3/ A l'exception du pied sur lequel repose le dispositif, aucun élément latéral, supérieur, inférieur ou en profondeur ne peut dépasser du cadre du dispositif. L'éclairage des dispositifs doit ainsi être intégré dans le cadre du dispositif.

ARTICLE P0.5. Distance minimale par rapport aux baies

Un dispositif publicitaire, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

ARTICLE P0.6. Densité

- 1/ Un seul dispositif est autorisé par support.

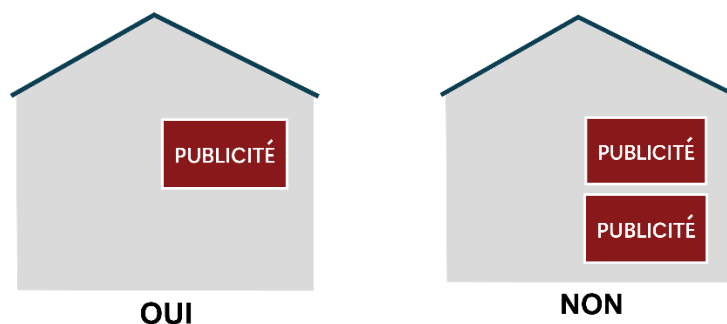


FIGURE 3 : EXEMPLE INDICATIF ET NON OPPOSABLE DE LA REGLE STIPULANT QU'UN SEUL DISPOSITIF PAR SUPPORT EST AUTORISE

2/ Le long de chaque voie ouverte à la circulation publique, il ne peut être installé :

- Aucun dispositif publicitaire mural ou scellé au sol si la longueur du côté de l'unité foncière donnant sur la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 40 mètres ;
- Un seul dispositif publicitaire mural ou scellé au sol si la longueur du côté de l'unité foncière donnant sur la voie ouverte à la circulation publique est comprise entre 40 et 100 mètres.
- Deux dispositifs publicitaires muraux ou scellés au sol si la longueur du côté de l'unité foncière donnant sur la voie ouverte à la circulation publique est supérieure à 100 mètres. Les deux dispositifs doivent respecter une inter-distance de 50 mètres minimum.

ARTICLE P0.7. Couleur

- 1/ La couleur des dispositifs doit respecter le caractère des lieux avoisinants. Les cadres d'aspect inox ou métallique sont autorisés.
- 2/ La couleur des dispositifs doit être harmonisée entre l'encadrement et le support (*par exemple : entre l'encadrement et la couleur du mur, entre l'encadrement et la couleur du pied*).

ARTICLE P0.8. Publicité lumineuse et numérique

- 1/ La publicité lumineuse et numérique est éteinte entre 22 heures et 7 heures.
- 2/ Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.
- 3/ Les dispositifs lumineux et numériques doivent être conçus et réglés de manière à limiter leur impact visuel sur l'espace public. Leur éclairage doit respecter les conditions suivantes :
 - Les dispositifs doivent être équipés d'un système de régulation automatique (capteurs, variateurs, etc.) permettant d'ajuster leur intensité lumineuse en fonction de la luminosité naturelle ou artificielle environnante. En période

nocturne ou de faible luminosité, l'intensité doit être réduite pour éviter toute agressivité visuelle.

- L'éclairage ne doit pas provoquer d'éblouissement pour les piétons, les automobilistes ou les riverains. Les éclairages stroboscopiques ou à variations brutales sont interdits.
- L'éclairage doit respecter les seuils de luminances fixés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

ARTICLE P0.9. Publicité sur mobilier urbain

- 1/ Dans les dispositions particulières applicables à chacune des zones, la publicité supportée par le mobilier urbain est soumise aux dispositions visant expressément la publicité sur mobilier urbain.
- 2/ Elle est également soumise aux articles P0.1 à P0.4, et P0.8 de la présente section.

ARTICLE P0.10. Bâches comportant de la publicité

- 1/ Les bâches publicitaires sont interdites.
- 2/ La publicité lumineuse sur bâche de chantier est interdite.

ARTICLE P0.11 – Préenseignes temporaires

- 1/ La durée d'installation des préenseignes temporaires suit les dispositions de l'article R581-69 du Code de l'Environnement, rappelées ci-après : les dispositifs peuvent être installés trois semaines avant le début de la manifestation et doivent être retirés une semaine au plus tard après la fin de la manifestation.
- 2/ Les préenseignes temporaires signalant des activités de travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation... sont interdites.
- 3/ Les préenseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont autorisées dans les limites de surface et de densité instaurées dans la zone concernée.

P1. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 1 (ZP1)

ARTICLE P1.1 – Dispositif publicitaire

Tout dispositif publicitaire est interdit, y compris la publicité supportée par le mobilier urbain.

P2. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 2 (ZP2)

ARTICLE P2.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

La publicité scellée au sol est admise dans la limite de 2,75m².

La publicité installée directement sur le sol est admise dans les limites fixées par les dispositions générales.

ARTICLE P2.2 – Dispositif publicitaire mural

La publicité murale est autorisée jusqu'à 2,75m².

ARTICLE P2.3. Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée dans la limite de 2m².

ARTICLE P2.4. Publicité lumineuse et numérique

La publicité lumineuse est autorisée uniquement lorsqu'elle est supportée par le mobilier urbain.

P3. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 3 (ZP3)

ARTICLE P3.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

La publicité scellée au sol est admise dans la limite d'une surface de 8,5 m².

La publicité installée directement sur le sol est admise dans les limites fixées par les dispositions générales.

ARTICLE P3.2 – Dispositif publicitaire mural

La publicité murale est autorisée dans la limite d'une surface de 8,5 m².

ARTICLE P3.3. Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise dans la limite de 8m².

ARTICLE P3.4. Publicité lumineuse et numérique

La publicité lumineuse est autorisée uniquement lorsqu'elle est apposée sur mobilier urbain.

La publicité numérique est autorisée, à condition d'être à image fixe et dans la limite de 4m².

P4. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 4 (ZP4)

ARTICLE P4.1 – Dispositif publicitaire

Tout dispositif publicitaire est interdit, y compris la publicité supportée par le mobilier urbain.

P5. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 1 (T1)

ARTICLE P5.1 Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

La publicité scellée au sol est interdite.

La publicité installée directement sur le sol est admise dans les limites fixées par les dispositions générales.

P6. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 2 (T2)

ARTICLE P6.1 – Dispositif publicitaire

Tout dispositif publicitaire est interdit, y compris la publicité supportée par le mobilier urbain.

Dispositions applicables aux enseignes

L'autorisation d'installation d'enseigne peut être soumise, dans certains périmètres d'intérêt patrimonial à avis ou accord de l'Architecte des Bâtiments de France (Sites Patrimonial Remarquable, sur les monuments historiques et en covisibilités de ces derniers, secteurs sauvegardés) encore au Préfet de Région (sites classés, monuments naturels...), lesquels sont en droit de requérir des modalités d'intégration paysagères accrues venant compléter voire se substituer, au cas par cas, au présent règlement.

E0. Dispositions générales

ARTICLE E0.1 – Dérogation

Par exception, il pourra être autorisé des enseignes qui ne respecteraient pas les dispositions générales ou particulières à chacune des zones de publicité lorsque ces enseignes, par leurs caractéristiques, concourent à la mise en valeur du bâtiment sur lequel elles sont apposées ou lorsque l'architecture du bâtiment ne permet pas de mettre en œuvre ces dispositions.

ARTICLE E0.2 – Interdiction d'enseigne

Sont interdites, les enseignes :

- Sur clôture et palissade de chantier, aveugle ou non ;
- Sur les arbres ;
- Sur les volets ;
- Sur les éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des garde-corps, encadrement des baies, des corbeaux en pierre soutenant les étages, des décors en relief et tout autre motif décoratif ;
- Apposées sur les piliers des arcades ou en suspension à l'intérieur du cintre de la baie ;
- Scellées ou installées directement sur le sol si elles sont apposées sur un support souple (de type oriflammes) ;
- Correspondant à des formes non conventionnelles ou gonflables ;
- A projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autre) ;
- Sur toiture.

ARTICLE E0.3 – Intégration architecturale

- 1/ L'installation d'une enseigne ne doit pas, par sa situation, ses dimensions, son aspect, être de nature à porter atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains.
- 2/ L'enseigne doit s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade.
- 3/ Le choix des matériaux et couleurs des enseignes sur façade doit se faire en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.
- 4/ Tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire, doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

ARTICLE E0.4 – Enseigne lumineuse

- 1/ Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.
- 2/ Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 21 heures et 8 heures, 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.
- 3/ Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.
- 4/ Les enseignes numériques sont interdites.

ARTICLE E0.5 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

- 1/ Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent compter plus de 2 faces. Dans le cas d'une structure double face, les deux faces doivent être de mêmes dimensions. Elles formeront un cadre rectiligne de forme régulière sans découpage ou rajout, ayant pour effet d'en augmenter le format initial.
- 2/ Les enseignes installées directement au sol de moins de 1m² sont limitées à une par activité.
- 3/ Les dimensions des enseignes installées directement au sol, de type chevalet, ne pourront excéder 1,20 mètres de hauteur et 0,80 mètres de largeur.
- 4/ Les chevalets apposés au sol sur le domaine public sont autorisés dans le seul cas où l'établissement concerné dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public. Ces dispositifs ne doivent pas nuire à la sécurité et à l'usage normal de la voie publique. Ils doivent notamment respecter la loi du 11 février 2005 « pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées », et des décrets et arrêtés en portant application.

ARTICLE E0.6 – Enseignes en façade (apposées parallèlement à un mur ou perpendiculaires)

- 1/ L'enseigne perpendiculaire à la façade doit être alignée sur l'enseigne parallèle à la façade et respecter une harmonie d'ensemble.

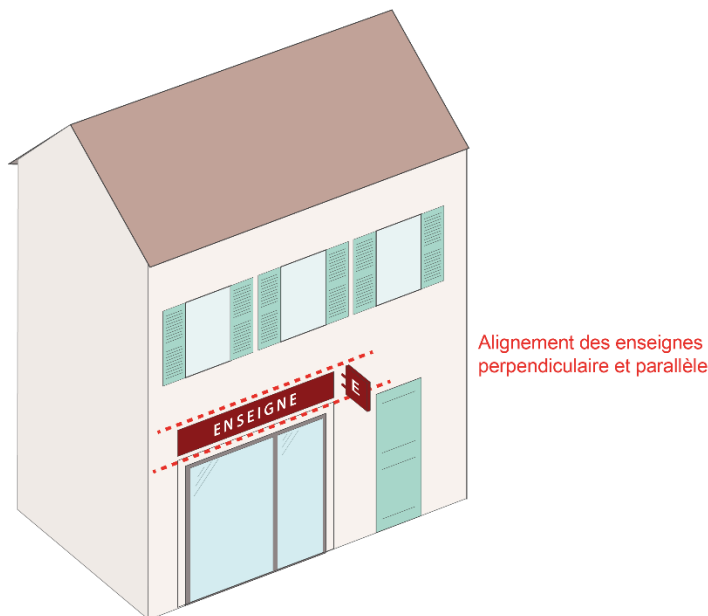


FIGURE 5 : ILLUSTRATION INDICATIVE ET NON OPPOSABLE DE LA REGLE D'ALIGNEMENT DES ENSEIGNES PERPENDICULAIRES ET PARALLELE

- 2/ Sauf incompatibilité avec le règlement de voirie en vigueur, les enseignes en façade doivent être installées dans la limite inférieure du premier étage si l'activité est exercée exclusivement au rez-de-chaussée.
- Si l'activité s'exerce également en étage ou dans l'intégralité du bâtiment, le dispositif peut être installé aux niveaux concernés et doit être réalisé en lettrage découpé sans panneau de fond.
 - Si l'activité est exercée exclusivement en étage, une enseigne supplémentaire pourra être positionnée au niveau du rez-de-chaussée à condition d'être constituée d'une plaque de dimensions maximales de 0,40 mètres x 0,40 mètres.
- 3/ Les enseignes en façade apposées parallèlement à un mur ne peuvent être installées que sur un mur de bâtiment comportant une devanture de l'activité signalée.
- 4/ Les enseignes en façade apposées perpendiculairement à un mur sont limitées à un dispositif par façade et par voie ouverte à la circulation.

ARTICLE E0.7– Enseignes collées ou appliquées sur baies vitrées (vitrophanie)

- 1/ La surface d'une enseigne collée ou appliquée sur la baie vitrée d'un établissement ne peut excéder 25% de la surface totale de la baie vitrée.

- 2/ L'enseigne ne doit pas totalement opacifier la surface de baie sur laquelle elle est appliquée.

ARTICLE E0.8 – Enseignes sur auvent ou marquise

- 1/ L'installation d'une enseigne sur un auvent ou une marquise n'est autorisée que lorsqu'aucun autre emplacement n'est techniquement possible.
- 2/ Un seul dispositif peut être admis sous réserve qu'il soit plaqué directement et strictement dans les limites de l'épaisseur de la tranche parallèle à la voie ouverte à la circulation.

ARTICLE E0.9 – Enseignes sur store

Les enseignes sur store ne sont autorisées que sur le lambrequin ou le tombant du dispositif.

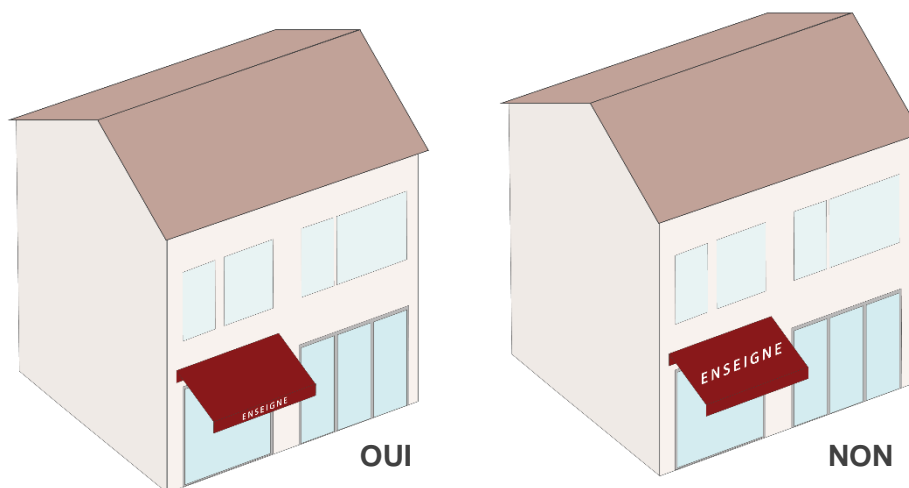


FIGURE 6 : ILLUSTRATION INDICATIVE ET NON OPPOSABLE DES REGLES D'IMPLANTATION DES ENSEIGNES SUR STORE

Article E0.10 – Enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce :

- 1/ Les enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce sont admises exclusivement pour la durée de l'opération.
- 2/ Deux enseignes temporaires sont admises par voie bordant l'établissement ou l'opération immobilière signalée.
- 3/ Les dispositifs doivent respecter un format unitaire maximal de 8 m².

Article E0.11 – Enseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois :

- 1/ La durée d'installation des enseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois suit les dispositions de l'article R. 581-69 du Code de l'Environnement, rappelées ci-après : les dispositifs peuvent être installés trois semaines avant le début de la manifestation et doivent être retirés une semaine au plus tard après la fin de la manifestation.
- 2/ Les dispositifs doivent respecter un format unitaire maximal de 8 m².

E1. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 1 (ZP1)

ARTICLE E1.1 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

- 1/ Les enseignes scellées au sol sont interdites.
- 2/ Par dérogation, une enseigne est admise par activité par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique si le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée n'est pas visible depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cadre, la surface unitaire de l'enseigne ne doit pas excéder 2 m² et sa hauteur 3 m.
- 3/ Les enseignes posées au sol doivent obligatoirement être de type chevalet et sont admises dans les limites définies dans les dispositions générales.

ARTICLE E1.2 – Enseigne en façade

- 1/ Par activité, sont admises 3 enseignes maximum par façade. Parmi ces trois enseignes, une seule enseigne perpendiculaire est admise par façade.
- 2/ Les enseignes parallèles sont placées sur le fronton de la devanture, au-dessous de la corniche, sous la forme :
 - soit de lettres peintes
 - soit de lettres " collées ", à plat ou en relief.
- 3/ Tout support sous forme d'un caisson de bois ou autre, ou de planches recouvrant la maçonnerie est interdit.
- 4/ Les enseignes parallèles doivent être situées au-dessous du niveau de l'appui de fenêtre du 1er étage, sans dépasser une hauteur de 4 mètres. En cas d'activité située à l'étage des bâtiments, il n'est pas autorisé d'enseignes sur les baies des étages.
- 5/ La longueur de l'enseigne parallèle ne doit pas excéder 4 mètres. Elle doit s'harmoniser avec la travée de la baie commerciale.
- 6/ Les lettres sont choisies avec soin afin de s'intégrer au style de l'immeuble, de la devanture et au caractère de l'activité. La hauteur des lettres n'excédera pas 40cm (50cm rue de la république et autres rues hausmaniennes) et la saillie des lettres en relief ne doit pas excéder 5 cm.
- 7/ L'enseigne perpendiculaire doit :
 - Etre située à l'une des extrémités de la devanture.
 - Ne pas dépasser le niveau de l'appui de fenêtre du premier étage.
 - Etre limitée à une surface de 0,80m² maximum et une épaisseur de 15 cm.
- 8 / Concernant les matériaux des enseignes, ceux-ci doivent être cohérents avec ceux de la devanture : outre la peinture sur les supports autre que la pierre, on fait essentiellement appel au métal anodisé ou laqué, au fer forgé, au bois peint, et aux lettres polyester ou

métalliques, sous réserve de présenter une grande qualité de finition. On évitera les supports en polyester, ou en caissons plastique ou translucides.

ARTICLE E1.3 – Enseigne lumineuse

Les enseignes lumineuses sont admises, uniquement par transparence ou rétroéclairage.

E2. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 2 (ZP2)

ARTICLE E2.1 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

- 1/ Les enseignes scellées et installées directement sur le sol sont interdites.
- 2/ Par dérogation, une enseigne est admise par activité par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique si le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée n'est pas visible depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cas, la surface unitaire de l'enseigne ne doit pas excéder 2 m² et sa hauteur 3 m.

ARTICLE E2.2 – Enseigne en façade

- 1/ Par activité, sont admises 2 enseignes maximum par façade. Parmi ces deux enseignes, une seule enseigne perpendiculaire est admise par façade.
- 2/ Les bâtiments à vocation d'habitation ne peuvent recevoir sur leur façade qu'une seule enseigne par activité.
- 3/ La surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser 10% de la surface totale de la façade.
- 4/ Les enseignes parallèles et perpendiculaires de type caissons sont interdites.
- 5/ Les enseignes en façade doivent également composer avec la façade pour cela :
 - Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur de type caisson sont interdites ;
 - Les enseignes en bandeau dites « à plat » ou apposées parallèlement à la façade s'inscrivent dans la devanture ou en tympan des entrées des commerces.

ARTICLE E2.3 – Enseigne lumineuse

Les enseignes lumineuses sont admises, uniquement par transparence ou rétroéclairage, dans la limite d'une enseigne lumineuse par activité.

E3. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 3 (ZP3)

ARTICLE E3.1 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

- 1/ Par activité, une enseigne scellée au sol est admise, dans la limite d'une superficie de 6m² et une hauteur de 4 mètres
- 2/ L'enseigne scellée au sol doit être de format totem, soit plus haute que large.
- 3/ Quand plusieurs activités commerciales sont situées sur la même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées sur un seul et unique totem dont la surface est partagée en parts égales réparties entre chaque activité et localisé le long de la voie bordant l'unité foncière. Ce dispositif mutualisé doit présenter un aspect harmonisé.
- 4/ Les enseignes installées directement au sol sont interdites.

ARTICLE E3.2 – Enseigne en façade

- 1/ Par activité, sont admises 2 enseignes maximum par façade.
- 2/ La surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser 15% d'occupation de la façade, dans la limite de 20 m².

ARTICLE E3.3 – Enseigne lumineuse

- 1/ Les enseignes lumineuses sont admises par transparence, rétroéclairage ou projection, dans la limite d'une enseigne lumineuse par activité.
- 2/ Tout système d'éclairage par projection doit être masqué par un aménagement spécifique (rampe, coffrage, etc.) ou intégré dans le bâti existant. Les projecteurs ne doivent pas être apparents depuis la voie publique, sauf si leur design s'harmonise avec le style architectural du bâtiment support. Les projecteurs doivent être orientés de manière à éviter toute gêne visuelle pour les riverains et à préserver la qualité nocturne du paysage naturel ou urbain.

E4. Dispositions spécifiques applicables à la Zone de Publicité 4 (ZP4)

ARTICLE E4.1 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

- 1/ Les enseignes scellées et installées directement sur le sol sont interdites.
- 2/ Par dérogation, une enseigne est admise par activité par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique si le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée n'est pas visible depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cadre, la surface unitaire de l'enseigne ne doit pas excéder 2 m² et sa hauteur 3 m.

ARTICLE E4.2 – Enseigne en façade

- 1/ Par activité, sont admises 2 enseignes maximum par façade. Parmi ces deux enseignes, une seule enseigne perpendiculaire est admise par façade.
- 2/ Les bâtiments à vocation d'habitation ne peuvent recevoir sur leur façade qu'une seule enseigne par activité.
- 3/ La surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser 10% de la surface totale de la façade.
- 4/ Les enseignes parallèles et perpendiculaires de type caissons sont interdites.
- 5/ Les enseignes en façade doivent également composer avec la façade pour cela :
 - Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur de type caisson sont interdites ;
 - Les enseignes en bandeau dites « à plat » ou apposées parallèlement à la façade s'inscrivent dans la devanture ou en tympan des entrées des commerces.

ARTICLE E4.3 – Enseigne lumineuse

Les enseignes lumineuses sont interdites.

E5. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 1 (T1)

ARTICLE E5.1 Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes scellées et installées directement sur le sol sont interdites.

E6. Dispositions spécifiques applicables à la Trame 2 (T2)

ARTICLE E1.1 – Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

- 1/ Les enseignes scellées et installées directement sur le sol sont interdites.
- 2/ Par dérogation, une enseigne est admise par activité par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique si le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée n'est pas visible depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cadre, la surface unitaire de l'enseigne ne doit pas excéder 2 m² et sa hauteur 3 m.

ARTICLE E1.2 – Enseigne en façade

- 8/ Par activité, sont admises 3 enseignes maximum par façade. Parmi ces trois enseignes, une seule enseigne perpendiculaire est admise par façade.
- 9/ Les enseignes parallèles sont placées sur le fronton de la devanture, au-dessous de la corniche, sous la forme :
 - soit de lettres peintes
 - soit de lettres “ collées ”, à plat ou en relief.
- 10/ Tout support sous forme d'un caisson de bois ou autre, ou de planches recouvrant la maçonnerie est interdit.
- 11/ Les enseignes parallèles doivent être situées au-dessous du niveau de l'appui de fenêtre du 1er étage, sans dépasser une hauteur de 4 mètres. En cas d'activité située à l'étage des bâtiments, il n'est pas autorisé d'enseignes sur les baies des étages.
- 12/ La longueur de l'enseigne parallèle ne doit pas excéder 4 mètres. Elle doit s'harmoniser avec la travée de la baie commerciale.
- 13/ Les lettres sont choisies avec soin afin de s'intégrer au style de l'immeuble, de la devanture et au caractère de l'activité. La hauteur des lettres n'excédera pas 40cm (50cm rue de la République et autres rues haussmanniennes) et la saillie des lettres en relief ne doit pas excéder 5 cm.
- 14/ L'enseigne perpendiculaire doit :
 - Etre située à l'une des extrémités de la devanture.
 - Ne pas dépasser le niveau de l'appui de fenêtre du premier étage.

- Etre limitée à une surface de 0,80m² maximum et une épaisseur de 15 cm.

8 / Concernant les matériaux des enseignes, ceux-ci doivent être cohérents avec ceux de la devanture : outre la peinture sur les supports autre que la pierre, on fait essentiellement appel au métal anodisé ou laqué, au fer forgé, au bois peint, et aux lettres polyester ou métalliques, sous réserve de présenter une grande qualité de finition. On évitera les supports en polyester, ou en caissons plastique ou translucides.

ARTICLE E1.3 – Enseigne lumineuse

Les enseignes lumineuses sont admises, uniquement par transparence ou rétroéclairage.

Dispositions applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial

Les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont soumises aux prescriptions de la présente section.

ARTICLE I.0 – Dispositions générales

- 1/ Les publicités et enseignes lumineuses situés à l'intérieur des vitrines ou baies sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, lorsque l'activité exercée dans le local à usage commercial a cessé.
- 2/ Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23 heures et 8 heures, les dispositifs sont éteints au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumés une heure avant la reprise de cette activité.
- 3/ Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

ARTICLE I.1 – Localisation

Les dispositifs lumineux ou numériques situés à l'intérieur des vitrines sont admis dans toutes les zones à l'exception de la ZP4.

ARTICLE I.2 – Superficie des dispositifs

- 1/ La surface unitaire des dispositifs ne peut excéder 1m².
- 2/ Leur surface cumulée ne peut excéder 15% de la surface totale de la vitrine ou de la baie du local à usage commercial.

ARTICLE I.3. Eclairage

Les dispositifs lumineux ou numériques installés à l'intérieur des vitrines doivent être conçus et réglés de manière à limiter leur impact visuel sur l'espace public. Leur éclairage doit respecter les conditions suivantes :

- Les dispositifs doivent être équipés d'un système de régulation automatique (capteurs, variateurs, etc.) permettant d'ajuster leur intensité lumineuse en fonction de la luminosité naturelle ou artificielle environnante. En période nocturne ou de faible luminosité, l'intensité doit être réduite pour éviter toute agressivité visuelle.
- L'éclairage ne doit pas provoquer d'éblouissement pour les piétons, les automobilistes ou les riverains. Les éclairages stroboscopiques ou à variations brutales sont interdits.

Glossaire

Accessoire de publicité

Tout élément technique permettant l'accès au dispositif pour assurer son entretien ou le changement des affiches (échelles, plateformes, etc.).

Agglomération

La notion d'agglomération au sens du Code de la route 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 (Art.R.110-2 du Code de la route).

Arcades

Série ordonnée de baies cintrées.

Auvent

Petit toit en surplomb, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture, soutenu ou non par des poteaux, dont l'objet est de protéger des intempéries.

Bâche de chantier

Bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux. Le chantier est la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

Bâche publicitaire

Une bâche publicitaire se compose d'une toile publicitaire, généralement de très grandes dimensions, apposée directement sur la façade d'un immeuble. C'est une

bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

Baie (synonyme : Ouverture)

Surface de l'enveloppe d'un bâtiment laissée libre ou fermée par une fenêtre ou une porte (exemple : porte, vitrine, fenêtre, etc.). Dans ce cadre, la baie commerciale correspond à l'ouverture dédiée à la vitrine.

Balcon

Plate-forme accessible située en avancée par rapport au corps principal de la construction.

Balconnet

Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

Bandeau (enseigne en)

Également appelée enseigne à plat, ce dispositif sert de support de fond sur lequel est apposé ou peint le lettrage de l'enseigne, et qui est accroché à la façade.

Cadre

Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche (dit également « moulure »).

Caisson lumineux

Structure rigide avec façades translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage.

Chevalet

Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographie, etc.). En fonction de leur lieu

d'apposition, les chevalets sont soit des enseignes lorsqu'ils sont situés au sein de l'assiette foncière de l'activité à laquelle ils se rapportent, soit des préenseignes dès lors qu'ils sont hors de l'assiette foncière de l'activité à laquelle ils se rapportent. Si le chevalet est posé sur le domaine public, il doit faire l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public et devient alors une enseigne et non plus une préenseigne.

Clôture

Terme désignant toute construction destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture aveugle

Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ouverte. Les clôtures sont à différencier des palissades de chantier. et sur lesquels il est possible d'installer des enseignes.

Clôture non aveugle

Se dit d'une clôture comportant des parties ouvertes, elle est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Devanture commerciale

Ouvrage qui revêt la façade d'une boutique pour mettre son étalage en valeur. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Dispositif publicitaire

Terme désignant le support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Document d'urbanisme local

Un document d'urbanisme est établi à l'échelle d'une commune ou d'un

groupement de communes (EPCI) et a pour objectif d'étudier le fonctionnement et les enjeux du territoire, de construire un projet de développement respectueux de l'environnement, et de formaliser ces éléments dans des règles d'utilisation du sol. Le document d'urbanisme doit permettre l'émergence d'un projet de territoire partagé, consolidant les politiques nationales et territoriales d'aménagement avec les spécificités du territoire.

Drapeau (enseigne en)

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le côté du dispositif parallèle au mur. Cf. Schéma ci-contre.



Encadrement

Cadre entourant une publicité, appartenant au support publicitaire sur lequel est collée l'affiche.

Enseigne

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Est appelé dans le présent règlement enseigne principale, l'enseigne dont la surface est la plus importante et portant le nom de l'activité. Les enseignes secondaires constituent toutes autres enseignes relatives à l'activité.

Enseigne lumineuse

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).

Les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont traitées de manière différenciée dans ce présent règlement

Enseigne en façade

Est considérée en façade l'ensemble des enseignes apposées sur un mur, que ce soit parallèlement (bandeau principale ou secondaire, vitrophanie, store-banne) ou perpendiculairement (potence, drapeau)

Enseigne temporaire

Enseigne signalant :

- Des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

Ne sont pas considérées comme des enseignes temporaires les panneaux contenant les informations obligatoires relatives au chantier (permis de construire, partenaires financiers...) ainsi que les informations communales ou intercommunales relatives à l'information du grand public sur le projet.

Enseigne rétro-éclairée :

Enseigne éclairée à l'aide de diodes ou leds, placées à l'arrière des lettres de l'enseigne, de manière rapprochée afin de garantir un éclairage homogène.

Façade ou mur aveugle

Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m².

Façade commerciale

Façade d'un immeuble comportant habituellement des vitrines et l'entrée principale d'un commerce. Les faces latérales d'un immeuble sont considérées comme des façades commerciales dès lors qu'elles accueillent des enseignes.

Garde-corps

Barrière à hauteur d'appui, formant protection devant un vide.

Immeuble

Terme désignant le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

Lambrequin

Bande de tissu correspondant au tombant d'un store ou encore d'un parasol

Marquise

Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Mobilier urbain

Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire au sein du présent RLP.

Le mobilier urbain est une installation sur une dépendance du domaine public à des

fins de commodité par les usagers (poubelles, bancs publics, abris bus, ...). Le Code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- Les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- Les mats porte-affiches ;
- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont la publicité commerciale ne peut excéder la surface totale réservée à ces informations et œuvres.

Modénature

Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.

Monument naturel

Élément emblématique de la géographie locale (chaîne de montagne etc.) et présentant un intérêt au regard de la qualité du grand paysage.

Mur de clôture

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Mutualisée (enseigne)

Regroupement de plusieurs enseignes sur une même dispositif lorsque plusieurs

activités sont implantées sur une même unité foncière.

Oriflamme (support souple)

Bannière souple suspendue à une hampe ou rigide (voile ou drapeau fixe ou mobile).

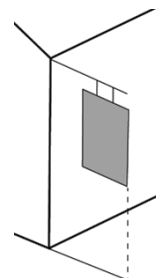
Palissade

Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité. Les palissades peuvent recevoir des informations communales ou intercommunales relatives aux projets d'aménagement sans que cela soit considéré comme des enseignes.

Pilier (synonyme de piédroit)

Terme désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Potence (enseigne en)



Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le haut du dispositif. Cf. schéma ci-contre.

Préenseigne

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Préenseigne temporaire

Voir enseigne temporaire.

Publicité

Terme désignant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de

recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité lumineuse

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. La famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :



- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Retrait de la voirie (activité exerçant en)

Marge de recul imposée par un document d'urbanisme à une construction à édifier en bordure d'une voie publique ou privée.

Rétro-éclairage :

Technique d'éclairage d'un écran par l'arrière, à l'aide de diodes ou leds placés à l'arrière des lettres de l'enseigne de manière rapprochée afin de garantir un éclairage homogène.



Saillie

Partie de construction qui dépasse le plan de façade ou de toiture d'une construction.

Scellé au sol

Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

Spot-pelle

Système d'éclairage installé en saillie d'un dispositif et qui projette une source lumineuse sur ce dispositif. Cf. Photographie ci-contre.

Store

Toile tendue qui permet de procurer de l'ombre.

Support publicitaire

Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface d'un mur

Terme désignant la face externe, apparente du mur.

Surface hors-tout

Surface d'un dispositif publicitaire comprenant l'encadrement.

Surface d'affiche

Surface d'un dispositif publicitaire ou d'une enseigne exploitée.

Totem

Dispositif vertical, simple ou à double face, d'aspect monolithique, scellé ou posé au sol destiné à recevoir une ou plusieurs enseignes ou préenseignes.

Toiture-terrasse

Couverture quasiment plate ne comportant que de légères pentes qui permettent l'écoulement des eaux. Pente souvent inférieure à 15 %.

Transparence (enseigne ou publicité éclairée par) :

Se dit d'une enseigne ou publicité éclairée par une source de lumière située à l'arrière de l'enseigne.

Unité foncière

Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.

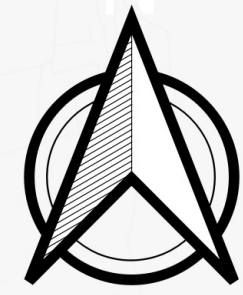
Enseignes collées ou appliquées sur la vitrine (vitrophanie)

Procédé spécial qui permet de coller sur une vitrine un adhésif valant enseigne. Ce dispositif ne vaut enseigne que lorsque le dispositif est collé sur l'extérieur de la vitrine.

Voie ouverte à la circulation publique

Au sens de l'article R 581-1 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou

Zonage - Règlement Local de Publicité (RLP)



Limites d'agglomération

Trames

T1 - Espaces vitrines et entrées de ville

T2 - Patrimoine bâti et végétal

Zonage du RLP

ZP1 - Centre historique et tour des remparts

ZP2 - Zones mixtes et résidentielles

ZP3 - Zones d'activités économiques et commerciales

ZP4 - Les espaces hors agglomération

Eléments d'information

Périmètre de 100m autour des monuments historiques (hors SPR)

Périmètre de 500m autour des monuments historiques (hors SPR)

Limites parcellaires

Réseau routier

Voies ferrées

Bâtiments

Cours d'eau

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

Mairie D'AVIGNON

DIRECTION DES AFFAIRES
JURIDIQUES ET DES ASSEMBLÉES

EXTRAIT
DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL

Séance publique du : 19 décembre 2020

ETAIENT PRESENTS A L'OUVERTURE DE LA SEANCE :

Mme le Maire, Présidente,

M. NAHOUM, Mme GAY, M. GONTARD, M. MARTINEZ - TOCABENS, Mme HADDAOUI, M. FOURNIER, Mme LEFEVRE, M. TUMMINO, Mme CORCORAL, M. GIORGIS, Mme LABROT, M. DE BENITO, Mme MAZARI - ALLEL, M. BLUY, Mme GAILLARDET, M. DESHAYES, Mme PORTEFAIX, M. BELHADJ, Adjoints au Maire.

M. SIMELIERE, Mme LEPAGE, Mme GAGNIARD, M. PEYRE, M. QUENNESSON, Mme TEXTORIS, Mme MAZZITTELI, M. HOKMAYAN, Mme LICHIERE, M. ROCCI, Mme ABEL RODET, Mme BOUHASSANE, M. VALLEJOS, Mme WALDER, Mme RIGAULT, M. PRZYBYSZEWSKI, Mme PERSIA, M. RUAT, Mme BAREL, M. RENOARD, M. BORDAT, M. CERVANTES, Mme ROSENBLATT, M. REZOUALI, M. BISSIERE, Conseillers Municipaux.

ETAIENT REPRESENTES :

Mme CLAVEL par Mme MAZARI - ALLEL
M. BEYNET par Mme LABROT
Mme BERTRAND par M. MARTINEZ - TOCABENS
M. PETITBOULANGER par Mme HELLE
M. AUTHEMAN par M. NAHOUM
Mme MESLIER par Mme RIGAULT
Mme LAGRANGE par M. CERVANTES
Mme ROCHELEMAGNE par M. BISSIERE

ETAIENT ABSENTS :

Mme MINSEN

X X X

CONSEIL MUNICIPAL DU 19 DÉCEMBRE 2020

21

ESPACE PUBLIC : Règlement Local de Publicité - Prescription de la révision, définition des objectifs poursuivis et des modalités de concertation.

Mme LEFEVRE

Mes chères Collègues, mes chers Collègues,

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document d'urbanisme annexé au Plan Local d'Urbanisme (PLU). Il permet de réglementer la publicité, les préenseignes et les enseignes dans le respect de la protection de l'environnement, du cadre de vie en préservant le paysage et en luttant contre la pollution visuelle.

Un règlement local de publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Il vise à concilier le droit à l'affichage pour le développement économique, touristique et commercial avec les enjeux de préservation du paysage et des éléments patrimoniaux.

Le Règlement Local de Publicité ne peut être que plus restrictif que la règle nationale.

Le RLP actuel de la Ville d'Avignon a été approuvé le 2 février 1998. Au regard des évolutions réglementaires introduites par la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement il doit être mis en conformité avec les nouvelles dispositions législatives et réglementaires. En effet, ce dernier ne prend pas en compte les exigences issues de cette loi ni les nouveaux moyens d'expression publicitaire.

Encore en vigueur par amendement sénatorial du 28 mai 2020, le RLP deviendra caduque le 14 janvier 2021. Jusqu'à la date de son entrée en vigueur ce sont les dispositions nationales qui s'appliqueront.

Ainsi, afin de conserver la maîtrise d'une politique en matière d'affichage publicitaire et de saisir cette occasion pour l'adapter aux nouveaux enjeux et la rendre plus ambitieuse, la Ville d'Avignon décide d'engager une procédure de révision de son Règlement Local de Publicité.

L'élaboration de ce RLP s'effectuera en cohérence avec le Plan Local d'Urbanisme et le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur. Cette démarche s'appuiera sur un partenariat avec les personnes publiques et organismes compétents en matière d'environnement et d'urbanisme.

Les objectifs poursuivis à travers cette procédure de révision du RLP seront les suivants :

- limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur les paysages et les éléments patrimoniaux de la ville qui constituent un des facteurs important 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 publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication.

Conformément à l'article L103-2 du Code de l'Urbanisme, il convient de définir les modalités de concertation. Il est proposé le dispositif suivant :

- 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 sera adaptée aux conditions sanitaires afin de présenter les objectifs et les mesures du projet de RLP.

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment l'article L2121-29

Vu la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi Grenelle 2

Vu le décret du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes

Vu l'amendement sénatorial en date du 28 mai 2020 à la loi relative à la crise sanitaire, à d'autres mesures urgentes ainsi qu'au retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne, publiée le 18 juin prolongeant les délais de caducité des Règlement Locaux de Publicité

Vu le code de l'environnement et notamment ses articles L581-14 et suivants, articles R581-72 à R581-78 et R581-79 à R581-80

Vu le code de l'urbanisme et notamment ses articles L153-8 et L153- 11

Vu le Règlement Local de Publicité de la ville d'Avignon actuellement en vigueur approuvé le 2 février 1998

Considérant l'avis favorable de la ou des :

Commission Qualité de Vie et de Ville, Sécurité et Tranquillité Publique

Le Conseil Municipal, après en avoir délibéré :

- **PRESCRIT** la révision du Règlement Local de Publicité sur le territoire d'Avignon selon les objectifs définis ci-dessus,
- **APPROUVE** les modalités de concertation définies ci-dessus,
- **AUTORISE** Madame le Maire ou l'Élu(e) Délégué(e) à signer toutes les pièces à intervenir.

ADOpte

**PARVENU A LA PREFECTURE LE
28 DÉCEMBRE 2020**

AFFICHE LE 23 DÉCEMBRE 2020

POUR COPIE CONFORME
POUR LE MAIRE
L'ATTACHE TERRITORIAL
Agnès GAGLIARDI



POUR EXTRAIT CONFORME
POUR LE MAIRE
La Cheffe du Département Juridique
Signé : Maya PFEFER



- REPUBLIQUE FRANÇAISE -

Pôle Paysages Urbains

Arrêté n°21-AP-0107

portant modification des limites de l'agglomération de Avignon

Département Aménagement et Mobilité

LE MAIRE DE LA VILLE D'AVIGNON

VU le Code général des collectivités territoriales et notamment les articles L. 2213-1 à L. 2213-6

VU le Code général de la propriété des personnes publiques

VU le Code de la voirie routière

VU l'Instruction interministérielle sur la signalisation routière et notamment le livre 1, 5ème partie, signalisation d'indication, des services et de repérage

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 modifiée, relative aux droits et libertés des collectivités territoriales

VU l'arrêté du 07 juillet 2020 portant délégation de signature à Madame BOYE, Directrice Générale Adjointe,

VU l'arrêté n°21-AP-0035 en date du 29/04/2021, portant définition des limites de l'agglomération de Avignon

VU la convention de financement et de transfert temporaire de maîtrise d'ouvrage entre le Département 84 et la commune d'Avignon concernant le carrefour à sens giratoire de Réalpanier (RD 28),

VU l'avis favorable du Directeur de Département Régis Auriol

CONSIDERANT le plan mode doux/actifs voté au Conseil Municipal du 27 avril 2016 qui vise à apaiser, sécuriser, adapter les vitesses en entrée de ville pour favoriser la pratique des modes doux,

CONSIDERANT la volonté de la Ville d'apaiser et d'identifier ses entrées de Ville,

CONSIDERANT les évolutions de l'urbanisation du territoire,

CONSIDERANT la volonté de la ville de former un périmètre cohérent, continu et lisible, en intégrant au besoin de petits tronçons isolés

ARRETE

ARTICLE 1 - L'arrêté n°21-AP-0035 en date du 29/04/2021, portant définition des limites de l'agglomération de Avignon, est abrogé.

ARTICLE 2 - Les limites de l'agglomération de Avignon, au sens de l'article R 110.2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit :

SECTEUR CROIX VERTE - PONT DE L'EUROPE

- le périmètre de la commune d'Avignon longe le côté Sud de la route Touristique du Docteur Pons (D225) à partir du chemin de la Croix Verte
- se dirige vers l'Ouest en limite du pied du talus jusqu'à un point situé à 24 mètres avant le boulevard des Italiens (position du panneau sortie d'agglomération)
- au panneau d'agglomération, traverse la route Touristique du Docteur Pons (RD225),
- tourne à gauche vers l'Ouest et longe le Rhône jusqu'à la Porte Saint Joseph,
- tourne à droite vers le Nord, traverse le Rhône, rejoint l'île de la Barthelasse et longe sur son côté Sud le chemin de la Traille ,
- tourne à gauche vers l'Ouest et longe, sur une trentaine de mètres, sur son côté Sud la route de l'Ision (position du panneau sortie d'agglomération)
- au panneau d'agglomération, traverse la route de l'Ision (position du panneau d'entrée d'agglomération)
- tourne à gauche vers l'Ouest et longe la route de l'Ision (RD 228) sur la rive gauche du bras Ouest du Rhône,
- longe le fleuve et passe sous le pont du Royaume (ex RN580)
- pénètre sur l'île Piot, longe le Rhône jusqu'au pont de l'Europe (RD902, ex RN100), côté Nord,
- tourne à gauche vers l'Est et longe le pont de l'Europe sur son côté Nord en contournant les bretelles d'accès,
- traverse le Rhône en longeant le pont de l'Europe sur son côté Nord jusqu'au point PR 0.822, (position du panneau sortie d'agglomération)
- tourne à droite vers le Sud, et franchit le pont de l'Europe.
- au panneau d'entrée d'agglomération, tourne à droite vers l'Ouest et longe le pont de l'Europe jusqu'à la berge du bras Est du Rhône.

SECTEUR PONT DE L'EUROPE - ROUTE DE TARASCON

- tourne à gauche et longe la berge du Rhône sur le côté Nord de la rocade Charles de Gaulle jusqu'à la route portuaire du Docteur Thiebaut, côté Nord,
- tourne à droite vers l'Ouest et longe sur son côté Nord (côté Rhône) la route portuaire du Docteur Thiebaut jusqu'à son extrémité,
- retourne en sens inverse sur le côté Sud de la route portuaire afin d'englober celle-ci et ce jusqu'au Nord-Ouest du carrefour à sens giratoire situé face à la rue Berthy Albrech,
- tourne à droite vers l'Ouest et longe la N1007 dite LEO (voie de liaison Est - Ouest), sur 80 mètres (secteur de voie parallèle à la route du confluent rive Rhône) (position du panneau sortie d'agglomération)
- au panneau de sortie d'agglomération, tourne à gauche vers le Sud et traverse la N1007, (position du panneau d'entrée d'agglomération)
- tourne à droite vers l'Ouest et longe le côté Sud de la N1007 sur 180 m
- tourne à gauche vers le Sud et longe le côté Ouest de la rue Claudio Arrau jusqu'au talus de la L.G.V. ferroviaire (Ligne Grande Vitesse),
- tourne à gauche vers l'Est et longe la L.G.V. ferroviaire sur son côté Nord jusqu'à la route du Confluent. Cette voie nouvelle raccorde l'extrémité (côté gare du T.G.V.) de la route du Confluent rive Durance à la voie d'accès à la bretelle de la RN1007.,
- tourne à droite vers le Sud pour passer sous l'ouvrage de la L.G.V. et débouche sur un giratoire,
- tourne à droite vers l'Ouest, longe la voie nouvelle, côté Nord, sur 40 mètres (position du panneau sortie d'agglomération)
- au panneau d'agglomération, tourne à gauche et traverse la voie (position panneau d'entrée d'agglomération) puis retourne en sens inverse, côté Sud de la voie, vers le giratoire,

- au panneau de sortie d'agglomération (Point Routier 43.949926, 4.861513), situé à 70 mètres environ après le carrefour à sens giratoire de Réalpanier
- tourne à gauche et traverse du Sud vers le Nord la route de Morières les Avignon (RD901) jusqu'au panneau d'entrée d'agglomération (Point Routier 43.950021, 4.861565)
 - au positionnement du panneau d'entrée d'agglomération, 70 mètres environ avant le carrefour à sens giratoire de Réalpanier, tourne à gauche vers l'Ouest et longe sur son côté Nord la route de Morières les Avignon (RD901) jusqu'au carrefour à sens giratoire de Réalpanier
 - à l'angle formé par la route de Morières (RD901) et le giratoire de Réalpanier, tourne à droite vers le Nord et longe sur son côté Nord/Est le carrefour à sens giratoire jusqu'à la route de Saint Saturnin (D28),
 - tourne à droite vers l'Est et longe sur son côté Sud, sur une 70 mètres environ, la route de Saint Saturnin (D28) jusqu'au Point Routier 43.951253, 4.860717 (position du panneau de sortie d'agglomération)
 - au positionnement du panneau de sortie d'agglomération, tourne à gauche vers le Nord et traverse la route de Saint Saturnin (D28), position du panneau d'entrée d'agglomération au Point Routier 43.951387, 4.860718 à l'angle de la rue Jean Gassier,
 - au positionnement du panneau d'entrée d'agglomération tourne à gauche vers l'Ouest et longe sur son côté Nord la route de saint Saturnin (D28) pour rejoindre le carrefour à sens giratoire de Réalpanier
 - longe la limite communale Avignon/Le Pontet située sur la partie Nord du carrefour à sens giratoire de Réalpanier,
 - traverse l'avenue Louis Pasteur de l'Est vers l'Ouest jusqu'à la route de Morières
 - longe la limite communale à l'axe centrale de la route de Morières jusqu'à la rocade Charles de Gaulle
 - tourne à gauche vers le Sud et contourne celle-ci sur son côté Sud , jusqu'au Point Routier 0, 394 (fin du pont SNCF) et remonte en sens inverse sur son côté Ouest jusqu'à la route de Morières
 - suit à nouveau la route de Morières, toujours à l'axe centrale, jusqu'au chemin de la Croix Verte,
 - tourne à droite vers le Nord et longe le chemin de la Croix Verte sur son côté Est, jusqu'à la route de Lyon (RN7) au Point Routier 49,384,
 - traverse la route de Lyon (RN7) du Sud vers le Nord, position du panneau d'entrée d'agglomération au Point Routier 49,419
 - longe le chemin de la Croix Verte sur son côté Est, jusqu'à la route Touristique du Docteur Pons (RD225) à son point de départ.

ARTICLE 3 - La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 - Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération de Avignon sur les ROUTE TOURISTIQUE DU DOCTEUR PONS (D225), PONT DE L'EUROPE, AVENUE DE TARASCON, ROUTE DE MARSEILLE (N7) et ROUTE DE SAINT SATURNIN (D28) sont abrogées.

ARTICLE 5 - Le Maire de la Ville d'Avignon est chargé de l'exécution du présent arrêté qui sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur.



Fait à Avignon, le 23/06/2021

Pour le Maire, par délégation
La Directrice générale Adjointe

Martine BOYE

DIFFUSION :
DEPARTEMENT AMENAGEMENT ET MOBILITE

Conformément aux dispositions du Code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif compétent, dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.