

DCM_2025_05_20

REPUBLIQUE FRANCAISE
DEPARTEMENT DE VAUCLUSE

EXTRAIT
DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL

Mairie d'AVIGNON

Séance publique du : 29 NOVEMBRE 2025

DIRECTION DES AFFAIRES
JURIDIQUES ET DES ASSEMBLEES

ETAIENT PRESENT(E)S :

Mme Cécile HELLE, M. Claude NAHOUM, M. Paul-Roger GONTARD,
M. Fabrice TOCABENS, M. David FOURNIER, Mme Laurence LEFEVRE,
M. Claude TUMMINO, Mme Frédérique CORCORAL, M. Sébastien GIORGIS,
Mme Isabelle LABROT, M. Julien DE BENITO, Mme Amy MAZARI ALLEL,
M. Jean-Marc BLUY, Mme Nathalie GAILLARDET, M. Kader BELHADJ,
Mme Martine CLAVEL, M. Marc SIMELIERE, Mme Anne-Catherine LEPAGE,
Mme Anne GAGNIARD, M. Joël PEYRE, Mme Lilou QUENNESSON,
Mme Joanne TEXTORIS, Mme Marie-Anne BERTRAND, M. Arnaud PETITBOULANGER,
Mme Sylvie MAZZITELLI, M. Christian ROCCI, M. Bernard AUTHEMAN,
Mme Annick WALDER, M. Paul RUAT, M. Arnaud RENOUARD,
Mme Murielle MAGDELEINE, M. Jean-Pierre CERVANTES, Mme Annie ROSENBLATT,
Mme Christine LAGRANGE, M. Michel BISSIERE, Mme Catherine GAY

ETAIENT REPRESENTE(E)S :

Mme Laure MINSEN par M. Joël PEYRE
Mme Zinèbe HADDAOUI par M. Julien DE BENITO
M. Eric DESHAYES par M. Kader BELHADJ
Mme Isabelle PORTEFAIX par Mme Frédérique CORCORAL
M. Cyril BEYNET par Mme Lilou QUENNESSON
M. Bernard HOKMAYAN par M. David FOURNIER
Mme Françoise LICHIERE par Mme Anne-Catherine LEPAGE
Mme Laurence ABEL RODET par M. Christian ROCCI
Mme Kamila BOUHASSANE par Mme Amy MAZARI ALLEL
M. Thierry VALLEJOS par M. Bernard AUTHEMAN
Mme Anne-Sophie RIGALT par M. Paul RUAT
M. Stéphane PRZYBYSZEWSKI par M. Arnaud RENOUARD
Mme Carole MONTAGNAC par Mme Murielle MAGDELEINE
M. Mouloud REZOUALI par M. Jean-Pierre CERVANTES
Mme Florence ROCHELEMAGNE par M. Michel BISSIERE

ETAIENT ABSENT(E)S :

AR préfecture :

Date de télétransmission :

Date de réception en préfecture :

Mme Ghislaine PERSIA
Mme Martine BAREL

AR préfecture :

Date de télétransmission :

Date de réception en préfecture :

AR préfecture :

Date de télétransmission :

Date de réception en préfecture :



CONSEIL MUNICIPAL DU 29 NOVEMBRE 2025

20

URBANISME : URBANISME : Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville d'Avignon – Bilan de la concertation et arrêt du projet

Mme LEFEVRE

Mes chères Collègues, mes chers Collègues,

Par délibération n°21 en date du 19 décembre 2020, la ville d'Avignon a prescrit la révision de son Règlement Local de Publicité (RLP).

En application des dispositions des articles L. 581-14 et suivants du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité est un document qui édicte des prescriptions concernant la publicité, les enseignes et les préenseignes visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique sur le territoire communal. Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie et de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

Le Conseil Municipal, dans sa délibération de prescription du 19 décembre 2020, a fixé les objectifs poursuivis par le Règlement Local de Publicité qui se déclinent comme suit :

- 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 publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication.

Cette même délibération a également défini les modalités de concertation avec le public. La concertation a eu lieu du 19 décembre 2020 au 31 octobre 2025. Elle fait l'objet d'un bilan annexé à la présente délibération.

Présentation synthétique du dossier de Règlement Local de Publicité soumis à l'arrêt :

Le projet de Règlement Local de Publicité est constitué, conformément aux dispositions des articles R. 581-72 et suivants du Code de l'Environnement :

- du rapport de présentation,
- du règlement,
- des annexes.

Le Rapport de présentation

Il s'appuie sur un diagnostic, définit les objectifs et les orientations, explique les choix, les motifs de délimitation des zones et les règles retenues.

Le diagnostic :

Réalisé en 2022, il comprend une présentation synthétique du territoire, un bilan du précédent Règlement Local d'Urbanisme, l'analyse de la conformité des dispositifs avec la réglementation nationale et un diagnostic quantitatif et qualitatif des dispositifs publicitaires.

Les orientations

A/ Orientation générale

- Orientation : Préserver la richesse patrimoniale du territoire de l'affichage extérieur.

B/ Orientations en matière de publicités et pré enseignes

- Orientation 1 - Améliorer la qualité des entrées de ville et des pénétrantes 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 au cœur du site patrimonial remarquable.

Le règlement écrit

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 1 680 ha, 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 610 ha, soit 9,4% de la commune et 24,4% du périmètre aggloméré.
- La zone 4 (ZP4) couvre les secteurs hors agglomération. Elle couvre 3700 ha, soit 61,2% de la commune.

Les trames :

Le RLP identifie également les entrées de ville/espaces vitrines et les éléments de patrimoine bâti et végétal comme sensibles du point de vue de l'affichage extérieur. Pour ces espaces, il convient d'ajouter des prescriptions à celles des zones.

Deux trames sont ainsi identifiées :

- La trame 1 « Espaces vitrines / 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 540 ha, soit 8,3% de la commune,
- La trame 2 « Patrimoine » couvre les éléments protégés par le PLU au titre des articles L. 151-19 et 23 et la zone Uv du PLU, soit les espaces urbains fortement végétalisés à vocation de loisirs. Elle couvre 157 ha, soit 2,4% de la commune.

Les annexes du RLP sont composées :

- Du règlement graphique,

AR préfecture :

Date de télétransmission :

Date de réception en préfecture :

- De la délibération de prescription,
- De l'arrêté de limites d'agglomération.

Etapas à venir

Avis des Personnes Publiques Associées :

Conformément aux articles L. 153-16 et L. 153-17 du Code de l'Environnement, le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) sera transmis pour avis aux Personnes Publiques Associées : Etat, Région, Département, Grand Avignon, Syndicat Mixte du Bassin de Vie d'Avignon (SCoT), Chambres Consulaires (Chambre de Commerce et d'Industrie, Chambre des métiers et de l'artisanat, chambre d'agriculture), aux communes limitrophes et à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.

Enquête publique et approbation :

Le projet de Règlement Local de Publicité sera ensuite soumis à enquête publique. A l'issue, le dossier sera éventuellement modifié pour prendre en compte l'avis des Personnes Publiques Associées et de l'enquête publique puis sera présenté en Conseil Municipal pour approbation.

Application du Règlement Local de Publicité :

Le Règlement Local de Publicité entrera en vigueur après l'accomplissement des formalités de publicité requises. Les dispositifs installés antérieurement et qui ne respectent pas les prescriptions du Règlement Local de Publicité disposeront d'un délai de 2 ans pour s'y conformer. Les enseignes non conformes disposeront quant à elles d'un délai de mise en conformité de 6 ans.

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment l'article L. 2121-29,

Vu le Code de l'Urbanisme et notamment les articles L. 103-2 et suivants et l'article L. 153-11,

Vu le Code de l'Environnement et notamment ses articles L. 581-14, L. 581-14-1,

Vu la délibération n°16 du Conseil Municipal du 30 septembre 2023 prenant acte de la tenue du débat, sans vote, sur les orientations du Règlement Local de Publicité,

Vu la délibération n°21 du Conseil Municipal du 19 décembre 2020 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité et définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation,

Vu le bilan de la concertation,

Vu le projet de Règlement Local de Publicité.

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 :

AR préfecture :

Date de télétransmission :

Date de réception en préfecture :

- **CONSTATE** que la procédure de concertation sur le règlement local de publicité s'est déroulée conformément aux dispositions de l'article L. 103-2 du Code de l'Urbanisme et selon les modalités définies dans la délibération n°21 du Conseil Municipal en date du 19 décembre 2020 ;
- **ARRETE** le Bilan de Concertation selon les termes du bilan annexé à la présente délibération ;
- **ARRETE** le projet de Règlement Local de Publicité ;
- **PRECISE** que le projet de Règlement Local de Publicité sera soumis pour avis aux personnes prévues par le code de l'urbanisme et notamment aux Personnes Publiques Associées, communes limitrophes et à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites ;
- **INFORME** que cette délibération fera l'objet d'un affichage pendant un mois à l'Hôtel de Ville, dans les mairies annexes et au Pôle Habitat, Urbanisme et Ecologie Urbaine ;
- **AUTORISE** Madame le Maire ou l'Elu(e) Délégué(e) à signer toutes les pièces à intervenir.

ADOpte A L'UNANIMITE

Le Maire

Mme Cécile HELLE



Le Secrétaire de Séance

Mme Anne-Catherine LEPAGE

PARVENU A LA PREFECTURE LE 04/12/2025

ACTE PUBLIE LE 05/12/2025

AR préfecture :

Date de télétransmission :

Date de réception en préfecture :