

# Règlement Local de publicité de Carpentras (84)

## Diagnostic

Version du 26 juin 2017

# Sommaire

Sommaire	2
<b>PARTIE A   DIAGNOSTIC</b>	<b>3</b>
<b>Préambule</b>	<b>4</b>
Contexte législatif et réglementaire	4
Les différentes zones de publicité	4
Les principales définitions	4
<b>A.1   Contexte communal : Etat des lieux</b>	<b>6</b>
A.1.1   Contexte géographique et démographique	6
A.1.2   Contexte urbain	6
A.1.3   Contexte paysager du territoire	6
A.1.4   Contexte et enjeux patrimoniaux du territoire	6
A.1.5   Contexte viaire	7
A.1.6   Contexte économique du territoire	7
A.1.7   Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durable du PLU, zoom sur les ambitions en lien avec le RLP	8
<b>A.2   Contexte réglementaire</b>	<b>12</b>
A.2.1   Les périmètres « d'agglomération »	12
A.2.2   Les périmètres urbains et environnementaux réglementaires	12
Périmètre envisagé pour la révision de la ZPPAUPA.2.3   Les règles relatives à la taille des agglomérations	15
<b>A.3   Bilan du RLP en vigueur</b>	<b>19</b>
A.3.2   Les zones de publicité	19
A.3.3   Bilan technique du RLP en vigueur	21
A.3.3.1. ZONAGE	21
A.3.3.2. REGLEMENT	21
A.3.3.3. Bilan des enjeux de la révision du RLP :	22
<b>A.4   Etat des lieux et enjeux publicitaires</b>	<b>23</b>
A.4.1   Etat des lieux	23
A.4.2   Conformité des dispositifs	26
A.4.2   Les enjeux	29
A.4.2.1. Enjeu 1 – La qualité des entrées de ville, 1ère image du territoire, porte d'entrée de la CoVe et du site patrimonial remarquable	30
A.4.2.2. Enjeu 2 – La qualité du cadre de vie	40
A.4.2.3. Enjeu 3 – La valorisation du patrimoine architectural, le site patrimonial remarquable	49
A.4.2.4. Enjeu 4 – La lisibilité des acteurs économiques	58
<b>PARTIE B   ORIENTATIONS</b>	<b>61</b>

# Partie A | Diagnostic

# Préambule

## Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'**adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par l'ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « *Protection du cadre de vie* » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le **30 janvier 2012**, et entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet de la même année. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de supports publicitaires nouveaux (numériques, ...). Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation

## Les différentes zones de publicité

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement et le Code de la Route**.

Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, le RLP définit des **zones**

## Les principales définitions

**Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.

publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit, depuis la réforme de 2012, de manière **plus restrictive** que la règle nationale (*sauf exceptions de l'article L151-8 du CE*), la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le régime général continue à s'appliquer.

**de publicités** au sein desquelles sont applicables des règles spécifiques.

Des dispositions générales à l'ensemble du territoire communal peuvent également être définies.





*Exemples d'enseignes*

**Pré-enseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.



*Exemple de typologies de pré-enseignes*

#### **Pré-enseigne dérogatoires :**

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que 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 ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement. Leur nombre est limité.

**Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



*Exemple de publicités*

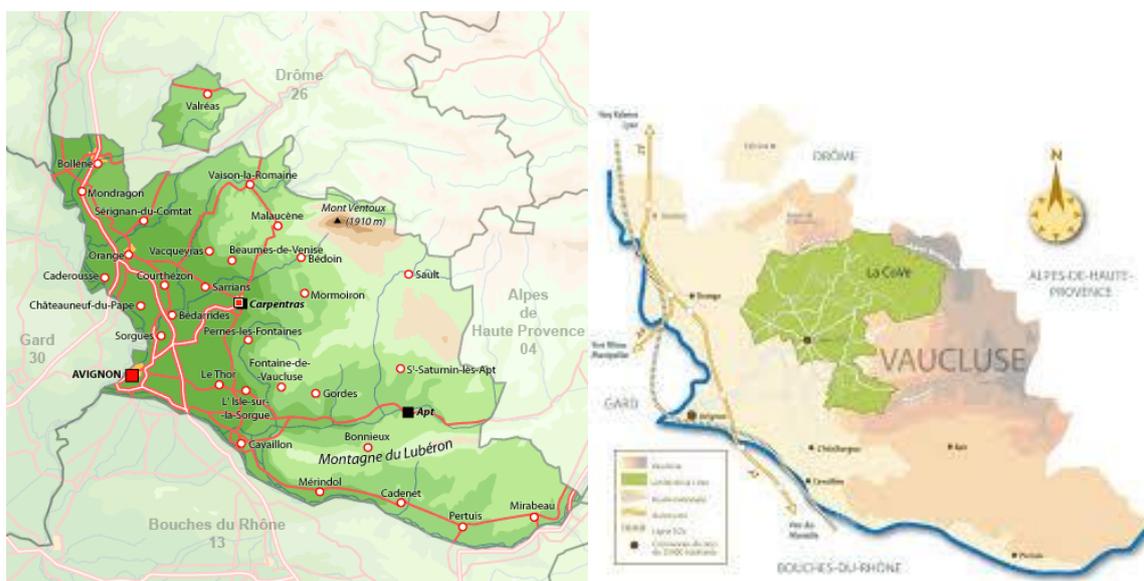
## A.1 | Contexte communal : Etat des lieux

### A.1.1 | Contexte géographique et démographique

La commune de Carpentras est située dans le département du Vaucluse, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Capitale du Comtat Venaissin, la ville se localise dans la vallée rhodanienne, au sud du mont Ventoux, à l'ouest des monts de Vaucluse, à l'est du Rhône et au nord de la Durance. Elle s'étend sur près de **38 km<sup>2</sup>**.

La commune fait partie de la **CoVe** (Communauté d'Agglomération Ventoux Comtat Venaissin), qui s'étend sur 25 communes et compte 70 258 habitants au recensement Insee de 2012.

La population communale est de **28 447 habitants** au recensement Insee 2014.



Source : site internet de la CoVe

### A.1.2 | Contexte urbain

*Reprise du diagnostic du PLU – En attente*

### A.1.3 | Contexte paysager du territoire

*Reprise du diagnostic du PLU – En attente*

### A.1.4 | Contexte et enjeux patrimoniaux du territoire

*Reprise du diagnostic du PLU – En attente*

## A.1.5 | Contexte viaire

La commune est composée d'un réseau Viaire en étoile.

Elle est accessible depuis Avignon par la D 942 (voie rapide), depuis Pernes-les-Fontaines au sud par la D 938, depuis Venasque au sud-est par la D 4, Mazan à l'est par la D 942, au pied (sud) du mont Ventoux par la D 974 ou la D 938 au nord-est, Aubignan au nord par la D 7 et Sarrians au nord-ouest par la D 950.

La rocade de Carpentras, prévue depuis des décennies, a enfin vu sa construction commencer, la partie entre la route de Sarrians et les routes de Caromb/Bédoin ont été achevées. Un second tronçon, entre le pôle santé (route d'Avignon) et le marché-gare, est en service depuis le 8 octobre 2012<sup>6</sup>. La partie centrale, reliant la route d'Avignon à la route de Sarrians est ouverte à la circulation depuis le 1er juillet 2013.

Depuis le 25 avril 2015, le TER, en partance de la gare d'Avignon TGV (en 38 min) et la gare d'Avignon-Centre (en 30 min), arrive en gare de Carpentras<sup>9</sup>. Cette réouverture de ligne a permis de faire partir, pour la première fois depuis 1938, un train de voyageurs de Carpentras<sup>10</sup>. La date de mise en service de ce train a été repoussée 243 fois, depuis 1986. La pose de la première pierre du chantier a été effectuée par le préfet du Vaucluse le 17 juin 2013. Il fait des haltes à : Monteux - Entraigues-sur-la-Sorgue - Sorgues - la gare d'Avignon-Centre. Il circule de 6 h à 21 h, toutes les 30 minutes en heures de pointe et toutes les heures en journée et en soirée<sup>11</sup>.

La ville et l'agglomération sont également desservies par le réseau Trans'Cove. Elle dispose d'une gare routière à proximité immédiate de la gare ferroviaire.

## A.1.6 | Contexte économique du territoire

*Reprise du diagnostic du PLU – En attente*

## A.1.7 | Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durable du PLU, zoom sur les ambitions en lien avec le RLP

Le Plan Local d'Urbanisme de la commune de Carpentras est en cours d'élaboration. Des premières réflexions ont été menées sur le Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD). Les orientations paysagères et économiques sont étroitement liées aux réflexions menées dans le cadre de la révision du RLP.

*Extrait des premières réflexions sur les projets de la ville.*

## ■ Orientation 1 Faire battre le cœur de ville

### □ Requalifier le centre ville

- Déplacements
  - Moins de voitures
  - Plus d'espaces piétons
  - Mobilités douces et TC
- Habitat
  - Densifier l'habitat
  - Renouveler le centre ancien
- Cadre de vie
  - Aérer les voies
  - Aménager les places et espaces publics

### □ Attirer et accueillir les activités

- Activités diversifiées
  - Commerces
  - Culture
  - Administratives
  - Restauration
  - Produits du terroir
  - Tertiaires
  - ...
- Améliorer l'accessibilité
  - Parking
  - TC
  - Signalétique (numérique notamment)

### □ Attirer les visiteurs au centre ville pour l'agrément, le tourisme

- Générer plus de fréquentation
  - Événementiel
  - Culture
  - Festivités
  - Animations
- Créer des lieux accueillants
  - Places
  - Espaces d'activités
- Valoriser les patrimoines du cœur de ville
  - Bâti
  - Historique



□ Objectifs induits

## Orientation 2 Oxygéner la ville

### Faire entrer la nature dans la ville

- Trames vertes et mobilités
  - Coulée verte de l' Auzon
  - Création de parcs et jardins
  - Liaison verte avec la gare
- Préserver les espaces verts et les paysages naturels
  - Conserver les espaces agricoles proches
  - Conserver des « vues » sur la nature

### Développer une nouvelle urbanité

- Aérer les espaces
  - Requalification du centre ancien, de lotissements
  - Densification de l' habitat et élargissement des voies et espaces publics
- Qualifier les espaces urbains
  - Illumination centre ville
  - Enfouissement des réseaux filaires (secteurs patrimoniaux)

### Développer de nouvelles mobilités

- Créer de nouvelles mobilités douces
  - TC + voies cyclables & piétonnes
  - Éviter le transit auto par le centre ville
- Développer les usages du numérique
  - Raccordement THD
  - Développement des usages personnels, professionnels et communautaires



### Objectifs induits

## Orientation 3 Ouvrir la ville

### Favoriser la diversité et les rencontres

- Animations et activités
  - Culturelles, festives, loisirs, marchés, foires, ...
  - Animations nocturnes
- Présence des jeunes en centre ville
  - Scolaires
  - Étudiants
- Rencontre habitants, visiteurs et touristes
  - Événements
  - Manifestations
  - Accueil touristique : OTSI, signalétique, ...

### Développer l' attractivité patrimoniale

- Valoriser les richesses patrimoniales
  - Mettre en valeur les patrimoines bâtis (hôtels particuliers, monuments, ...)
- Médiation patrimoniales (pays d' Art et d' Histoire)
  - Animations : nuits du patrimoine, ...
  - Événements
  - Signalétique

### Jouer le rôle de Capitale

- Connecter la ville et le Comtat venaissin au couloir rhodanien
  - Gare + voie ferrée
  - Rocades de contournement
  - Marché gare
  - Réseau TC Carpentras/Comtat
- Ouvrir la ville et le Comtat à de nouvelles opportunités socio-économiques
  - Économie propre, ENR, filières courtes, ...
  - Valoriser les productions et richesses du Comtat à l' extérieur (logistique, tourisme, ...)
- Apporter des Services de centralité aux habitants du Comtat
  - Santé, administration, éducation, culture, sports, commerces, ...



### Objectifs induits

## ■ **Orientation** **4 Favoriser une ville active**

### □ **Développer le tourisme**

- **Valoriser le terroir du Comtat venaissin**
  - Productions
  - Patrimoines
- **Développer les conditions d'accueil des visiteurs**
  - Hébergements : gîtes, chambres d'hôtes, hôtels
  - Restauration
  - Services : guides, matériels (vélos, ...), ...
  - Information / conseil : OTSI

### □ **Développer les pratiques culturelles, sportives et de loisirs**

- **Développer les équipements**
  - Culture : Hôtel Dieu, salle de spectacle interco
  - Sport : rénovation complexe sportif, centre aquatique, ...
  - Loisirs : médiathèque, ...
- **Favoriser les pratiques**
  - Formation et apprentissages : jeunes, ...
  - Accessibilité : TC, horaires, signalétique, ...

### □ **Développer des activités économiques**

- **Infrastructures d'accueil**
  - ZA Bellecour IV (Croisières)
  - Marché gare
  - Tertiaire : quartier gare
- **Dynamique commerciale**
  - Centre ville
  - Zones commerciales
- **Filières économiques**
  - Or vert – Cosmétologie – circuits courts – High Tech - ...
- **Développer l'offre de formation / filières**
  - Centres de formation : Serres / Pôle Ventoux / Pôle Santé / Cuisine et gastronomie
  - Centres de recherche

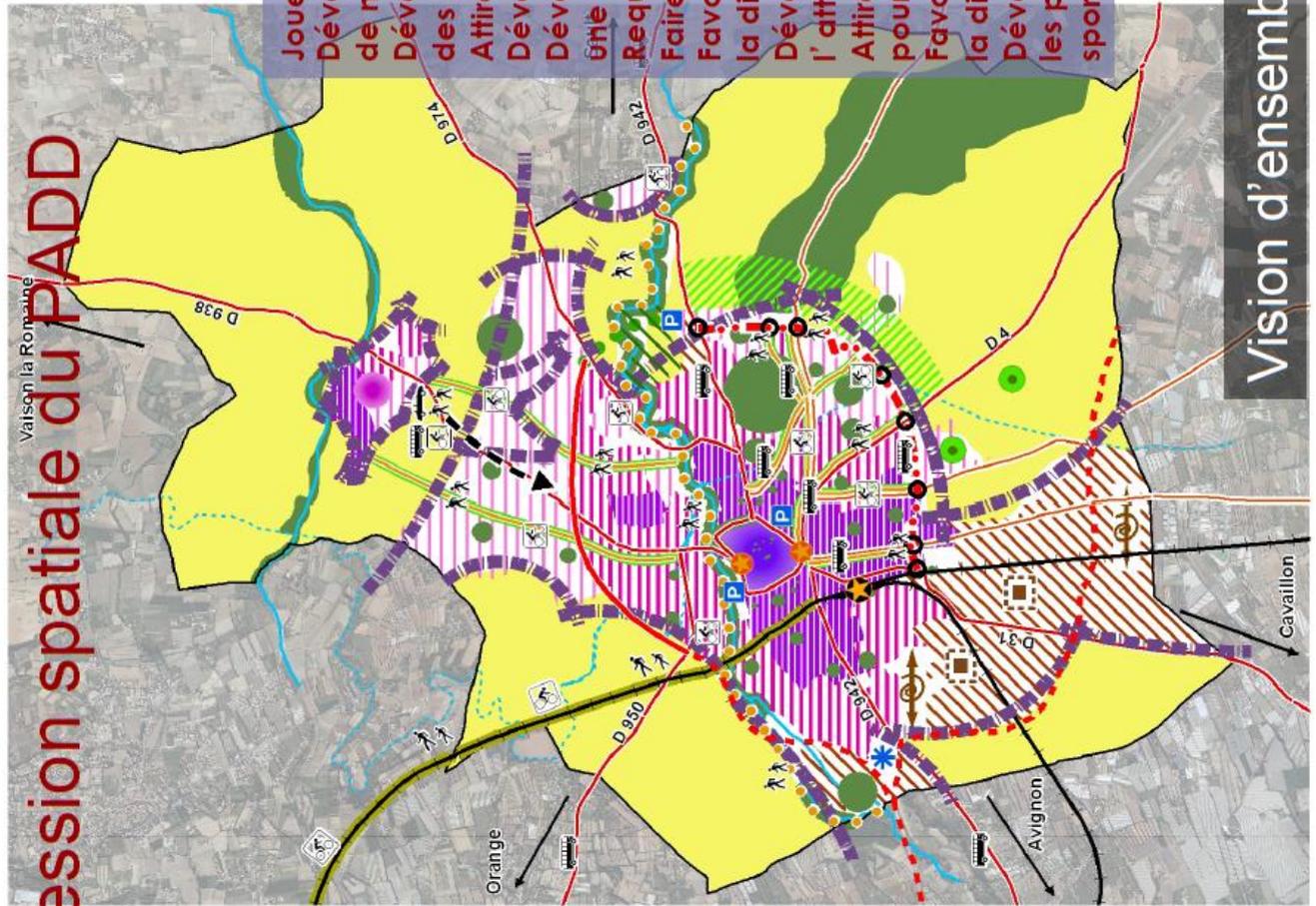


**Objectifs induits**

# Expression spatiale du PADD

## Légende

- Projet de Gare
  - Parking à créer
  - Éléments patrimoniaux et culturels à mettre en valeur
  - Conforter et développer le pôle de santé
  - Projet de création d'espace dédié au sport et aux loisirs
  - ZAE à développer
  - ZAE à conforter
  - Liaison douce entre Serre et le Centre Ville à créer
  - Articulation voirie
  - Projet boulevard urbain
  - Rociade finie
  - Rociade (Travaux en cours)
  - Liaison douce Parking / Rociade
  - Limites des espaces agricoles et naturels à protéger
  - Liaisons Douces le long de l'Auzon
  - Armature viaire pour les mobilités douces
  - Voie ferrée
  - Routes principales
  - Routes secondaires
  - Canal de carpentras
  - Préservation des ripisylves
  - Via Venessia
  - Mise en valeur de la nature dans la ville
  - Conforter l'attractivité du centre ancien
  - Préservation l'identité du Hameau
  - Limite urbain/naturel à mettre en valeur
- ### Densification des zones bâties
- Bâti urbain dense
  - Bâti résidentiel dense
  - Bâti résidentiel moyen dense
  - Bâti résidentiel peu dense
  - Zone Bâtie Economique
  - Parc urbain habité
  - Zone naturelle à préserver
  - Zone agricole à préserver



**Jouer le rôle de Capitale**  
Développer de nouvelles mobilités  
Développer des activités économiques  
Attirer et accueillir les activités  
Développer le tourisme  
Développer l'offre nouvelle urbanité  
Requalifier le centre ville  
Faire entrer la nature dans la ville  
Favoriser la diversité et les rencontres  
Développer l'attractivité patrimoniale  
Attirer les visiteurs au centre ville pour l'agrément, le tourisme  
Favoriser la diversité et les rencontres  
Développer les pratiques culturelles, sportives et de loisirs

Vision d'ensemble du projet urbain

## A.2 | Contexte réglementaire

Le Règlement local de publicité est élaboré en prenant en compte d'ores et déjà le contexte réglementaire national dans lequel s'inscrit la commune, afin de :

- répondre à l'objectif d'être plus restrictif que la RNP ;
- identifier la nécessité ou non de réintroduction de la publicité/pré-enseignes dans certains secteurs autorisés (site patrimonial remarquable, ...)

Au regard de cette nouvelle réglementation, la commune est soumise à la fois :

### A.2.1 | Les périmètres « d'agglomération »

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis 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 le borde ».

En dehors de « l'agglomération », toute publicité et pré-enseigne autre que dérogatoire est interdite.

Les arrêtés municipaux annexés au projet de RLP précisent les limites juridiques du périmètre d'agglomération.

Toutefois, il est à noter que la « réalité physique » de l'agglomération prévaut sur la « réalité formelle », peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134). La zone agglomérée doit présenter une certaine densité.

Ainsi, en pratique, « l'espace bâti est caractérisé par (extrait des Porter à connaissance de l'Etat, département des Alpes-Maritimes) :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions spécifiques liées à la taille des différentes agglomérations de la ville

**La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :**

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

**Les enjeux du RLP prendront donc en compte les périmètres physiques réels des agglomérations, tels qu'ils existent aujourd'hui.**

**La commune de Carpentras compte ainsi 2 agglomérations :**

- l'enveloppe urbaine principale
- le hameau de Serres

### A.2.2 | Les périmètres urbains et environnementaux réglementaires

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

En effet, toute publicité est interdite :

- **Les interdictions absolues** (article L 581-4 du Code de l'Environnement et R581-22)
- 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 ;
- sur les arbres.

Par ailleurs, les publicités sont interdites :

- au sol « si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express » (Art. R.581-31, alinéa 2)
  - 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 ;
  - 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 ;
  - Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
  - Sur les murs de cimetière et de jardin public ;
  - Dans les EBC et dans les zones naturelles du PLU, à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages.
- Les **interdictions relatives**, le RLP pourra déroger aux interdictions (article L.581-8 du CE).
    - 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 ;
    - 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).

La commune de Carpentras est concernée par certains de ces périmètres :

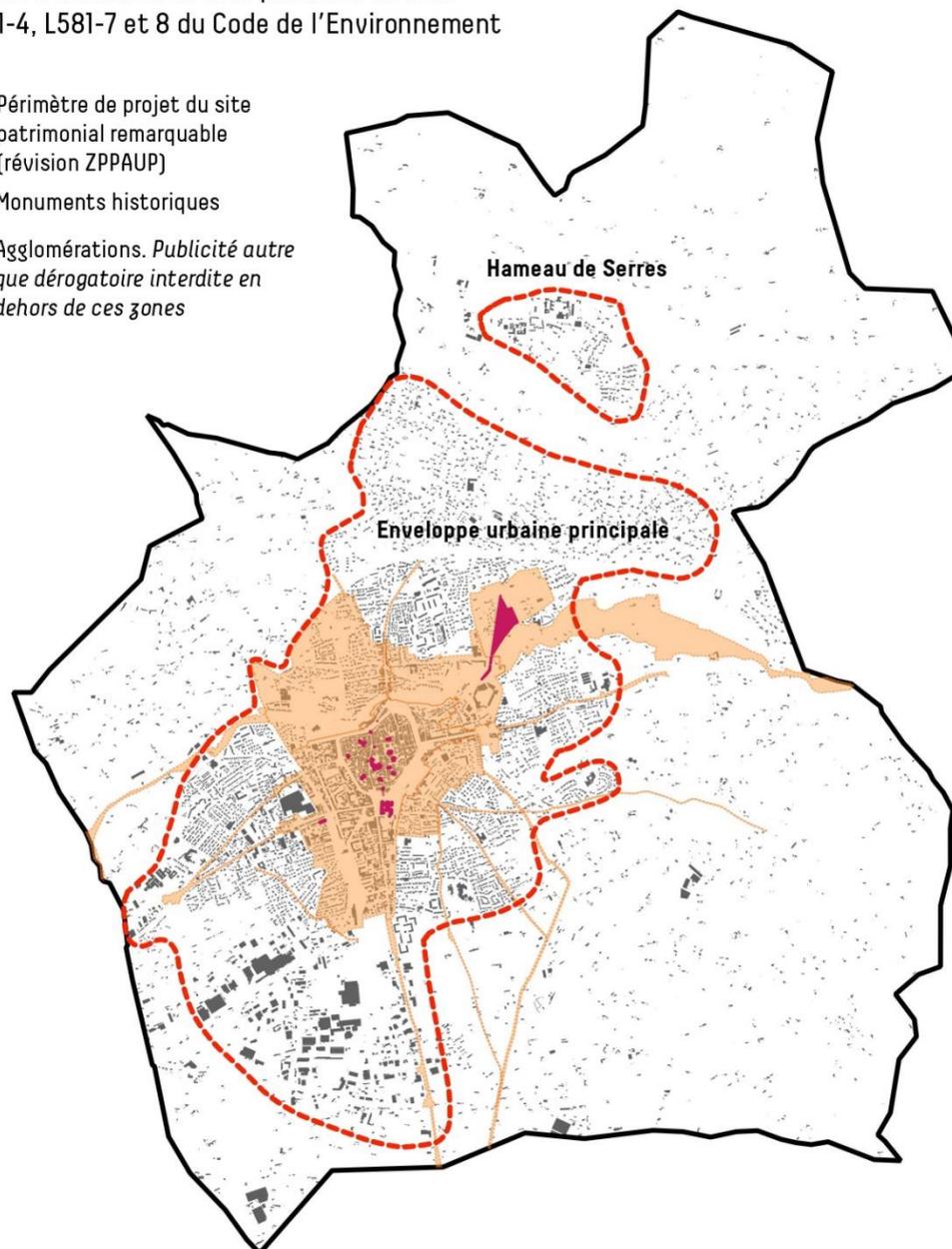
	Nom des sites concernés sur la commune
<b>Interdictions absolues</b>	
Monuments historiques (classés et inscrits)	Graineterie Roux Cimetière israélite Demeure La Campagne de Bacchus, à Serres Ancienne chapelle des Pénitents noirs Ancien hôtel Thomas de la Valette Synagogue Sous-préfecture Porte d'Orange Palais épiscopal (ancien) Maison à cariatides Immeuble rue de la Porte-de-Monteux Immeuble 65 place du Général de Gaulle Hôtel Poupardin dit Maison du Prélat Hôtel-Dieu Hôtel Chabrol Fontaine bd du Nord Eglise Saint-Siffrein, ou ancienne cathédrale Couvent des Dominicains (ancien) Collège de garçons Château du Martinet Chapelle Saint-Martin-de-Serres (ancienne)

	Ancien couvent de la Visitation Sainte-Marie Beffroi Arc romain dans l'enceinte du Palais de Justice Aqueduc
<b>Interdictions relatives</b>	
Site patrimonial remarquable	<b>Centre-historique de Carpentras et abords</b> <b>Révision en cours de la ZPPAUP, dont périmètre qui va être élargi</b>
Abords monuments historiques (classés et inscrits) – périmètre de 500 mètres	Périmètres des « abords » inscrits au sein du Site patrimonial Remarquable

## Le cadre réglementaire

Périmètres d'interdiction de la publicité au titre des L581-4, L581-7 et 8 du Code de l'Environnement

-  Périmètre de projet du site patrimonial remarquable (révision ZPPAUP)
-  Monuments historiques
-  Agglomérations. Publicité autre que dérogatoire interdite en dehors de ces zones



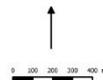


**PRO1 PLAN REGLEMENTAIRE AVAP - 2**  
CARPENTRAS (84)

**Légende**

SECTEURS AVAP

-  COEUR DE VILLE ET FAUBOURGS
-  EXTENSIONS URBAINES
-  SECTEUR PAYSAGER - TRAMES VERTES ET BLEUES



**Périmètre envisagé pour la révision de la ZPPAUP**

## A.2.3 | Les règles relatives à la taille des agglomérations

Les règles nationales distinguent plusieurs types d'agglomérations :

- les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- les agglomérations de plus de 10 000 habitants,
- les agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants

**La commune de Carpentras est concernée par deux d'entre elles :**

- **une agglomération de plus de 10 000 habitants : enveloppe urbaine principale**

- **une agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le hameau de Serres.**

**Ces deux types d'agglomérations font l'objet des mêmes dispositions réglementaires.**

*L'unité urbaine d'« Avignon » à laquelle est intégrée Carpentras compte environ 453 296 habitants au recensement de 2014.*

### Dispositions générales

- ▶ la publicité non lumineuse et enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-27 C.env. et art. R581-60 C.env.) ;



*Extrait Guide du ministère de l'écologie – 2012*

*Illustration de la notion de non dépassement de l'égout du toit*

### A.2.3.1 Principales règles nationales applicables aux publicités et aux préenseignes :

- ▶ les préenseignes sont soumises aux mêmes règles que la publicité (L. 581-19 C.env.) ;
- ▶ Les dispositifs **sur mur non aveugles sont interdits** ainsi que sur façade comportant une ouverture égale ou supérieure à 0,5 m<sup>2</sup> (art/ R581-22-2° c. env.)

- ▶ la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (art. R. 581-27 C.env.)
- ▶ la publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol (art. R. 581-27 C.env.);
- ▶ **Dimensions** : 12 m<sup>2</sup>, 8m<sup>2</sup> pour les dispositifs numériques ou lumineux

**Ces dimensions intègrent les encadrements des dispositifs : le conseil d'état du 6 octobre 1999 ainsi que celui du 20 octobre 2016, précisent :**

*Conseil d'état du 6 octobre 1999, 169570 :*

*« [...] Considérant que, contrairement à ce que soutient la société requérante, le maire de Charenton-le-Pont n'a pas commis d'erreur de droit en prenant en compte, pour l'application des dispositions susmentionnées du règlement de publicité applicable à la*

*zone de publicité restreinte n° 3, et eu égard aux objectifs esthétiques de cette réglementation, non la surface de l'affiche apposée sur le dispositif, mais celle du panneau litigieux tout entier ; [...] »*

Conseil d'état du 20 octobre 2016, 395494 :

*Le Conseil d'Etat a jugé, dans une décision du 20 octobre 2016, que pour calculer la surface unitaire d'un dispositif de publicité lumineuse, il convient de prendre en compte non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire, mais l'ensemble de la structure.*

- ▶ Dimensions de préenseignes temporaires : 1 m en hauteur et 1,50 m en largeur. Nombre limité à quatre par opération ou manifestation (R. 581-68 à R. 581-71)
- ▶ **Densité** (R581-25 C. env)

Sur unité foncières :

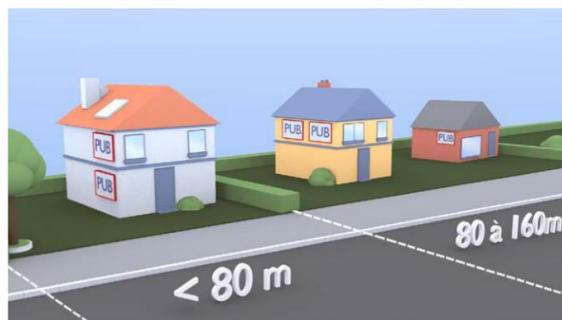
- 2 dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est  $<$  ou  $=$  à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche de 80 m.

OU

- 1 dispositif au sol dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est  $<$  ou  $=$  à 40 m. Un dispositif supplémentaire par tranche de 80 m.

Sur domaine public :

- 1 dispositif par tranche de 80 m



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.

- ▶ **Règles d'extinction nocturne** : sauf exception, les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.
- ▶ Le mobilier urbain peut, à titre accessoire et sous certaines conditions, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence (art. R. 581-42 à R. 581-47 C.env.) ;
- ▶ L'utilisation de véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes est encadrée (art. R. 581-48 C.env.).



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (à gauche), 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 m<sup>2</sup> (communément appelé sucette) et un de 8 m<sup>2</sup>.

*Extrait Guide du ministère de l'écologie – 2012*

*Type de mobilier urbain concerné par le Code de l'Environnement*

#### **A.2.3.2 Principales règles applicables aux enseignes :**

- ▶ Elles doivent en principe être éteintes entre 1 h et 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé (R. 581-59 C.env.) ;
- ▶ 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 C. env.) ;
- ▶ Surface maximale autorisée
  - Dispositifs au sol : 12 m<sup>2</sup>
  - Dispositifs en façade : surface cumulée limitée à 15%, sauf exception (25% si la surface de la devanture commerciale est inférieure à 50 m<sup>2</sup>)
  - Toiture : 60 m<sup>2</sup>
- ▶ Hauteur : 8m ou 6,5 m pour les dispositifs au sol
- ▶ Les enseignes en toitures doivent être en lettres et signes découpés.

## A.3 | Bilan du RLP en vigueur

La commune de CARPENTRAS fait l'objet d'un règlement local de publicité instauré par arrêté municipal le **24 juillet 2007**.

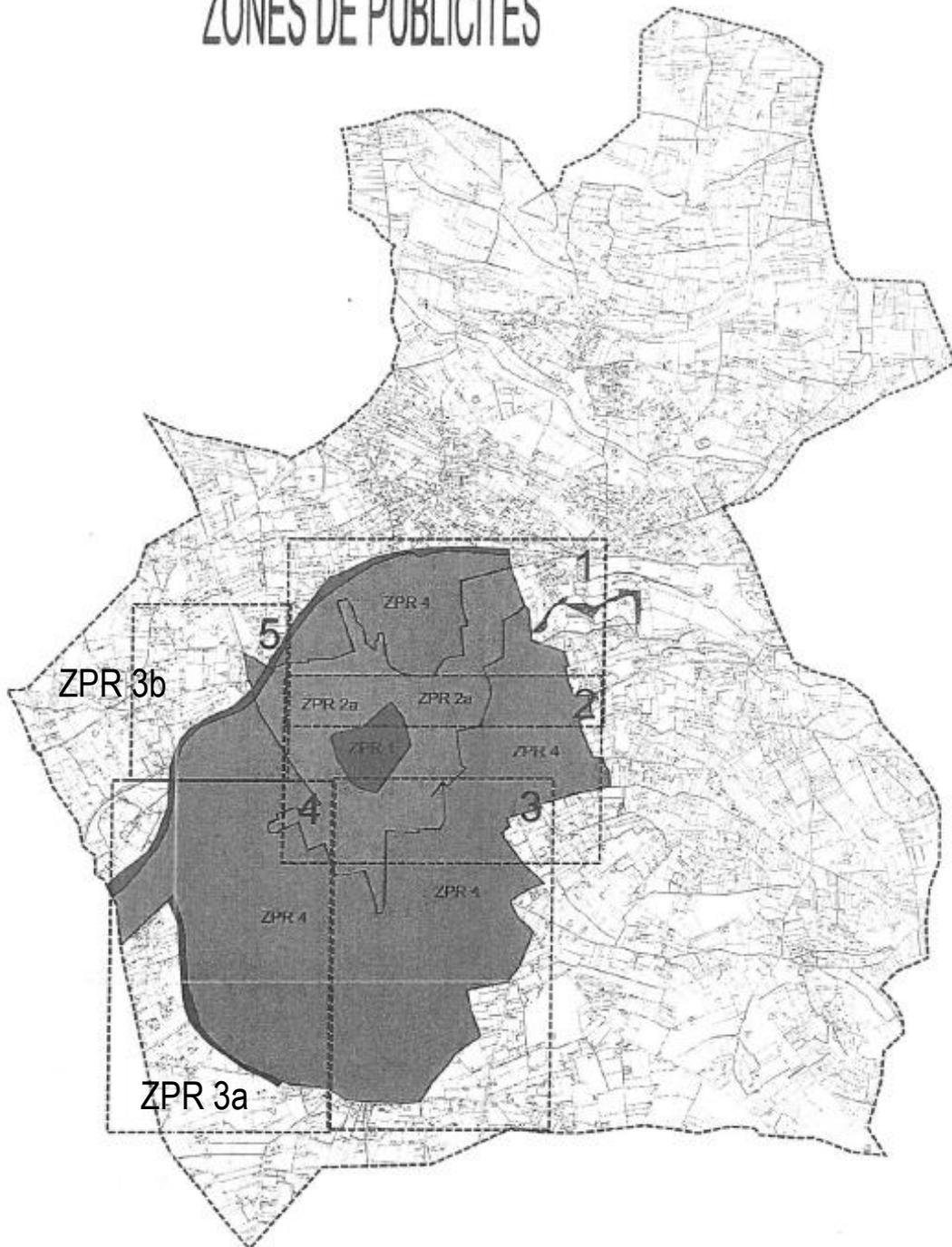
### A.3.2 | Les zones de publicité

Ce règlement local en vigueur définit **6 zones particulières** faisant l'objet de règles spécifiques. Elles correspondent à des ZPR (anciennes « zones de publicité restreinte »). Le RLP en vigueur ne fait pas l'objet de « Zone de publicité élargie » (ZPE) ou de « Zone de publicité autorisée » (ZPA).

- ZPR 1 : centre ancien
- ZPR 2a : périmètre ZPPAUP hors ZPR 1 et ZPR 2b
- ZPR 2b : avenues Mirabeau, Victor Hugo, de l'Europe et Mistral (hors ZPPAUP)
- ZPR 3a : rocade sud-ouest
- ZPR 3b : rocade nord
- ZPR 4 : reste de l'agglomération

Conformément à la loi de 1979, les zones de publicité autorisée du RLP en vigueur concernaient des espaces situés hors agglomération.

# ZONES DE PUBLICITES



Synthèse des principales règles en matière de PUBLICITE :

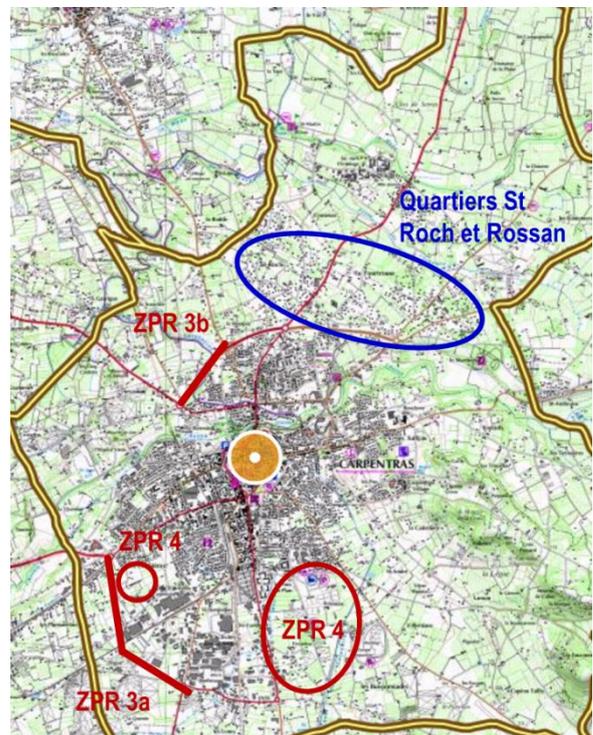
	ZPR1	ZPR2a	ZPR2b	ZPR3a	ZPR3b	ZPR4
<b>Mural</b>	interdit	4 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	Interdit	12 m <sup>2</sup>
<b>Apposé ou scellé au sol</b>	Interdit	Interdit	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	Interdit	12 m <sup>2</sup>
<b>Sur mobilier urbain</b>	interdit	4 m <sup>2</sup> mural Interdit au sol	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	interdit	12 m <sup>2</sup>

## A.3.3 | Bilan technique du RLP en vigueur

### A.3.3.1. ZONAGE

Enjeux de la révision du RLP :

- ▶ **Un périmètre à ajuster**
  - Des ZPR hors agglomération où la publicité devient interdite : ZPR3a, une partie des ZPR3b et ZPR4
  - Quid quartiers St Roch et Rossan (en agglomération) ?
    - > Une ou des ZP à définir



### A.3.3.2. REGLEMENT

#### Publicités /préenseignes

- ▶ ZPR2a (ZPPAUP, nouveau SITE PATRIMONIAL REMARQUABLE où toute publicité est interdite sauf dérogation RLP (L581-8 du CE) > nécessité d'intégrer cette dérogation si la commune souhaite conserver certains dispositifs (comme c'est le cas aujourd'hui)
- ▶ Monuments historiques : notion de « 100m et dans le champ de visibilité » remplacée par la notion de 500 mètres (loi patrimoine 2016) : disposition beaucoup plus contraignante pouvant déborder sur d'autres ZPR > nécessité d'identifier si besoin de déroger sur certaines zones
- ▶ Règles de la ZPR2a qui fait référence à la notion d'agglomération de moins de 2000 habitants > celle-ci a été remplacée par la notion de 10 000 habitants

#### Enseignes

- ▶ Des formats qui semblent peu appropriés sur certaines zones notamment zones d'activités (0,4m en hauteur et 4m en largeur) > quid ?
- ▶ Les enseignes au sol sont interdites dans le RLP en vigueur > quid des besoins ?
- ▶ Des règles sur les enseignes qui pourraient être renforcées en termes de qualité (couleur, ...)

#### **A.3.3.3. Bilan des enjeux de la révision du RLP :**

- ▶ **Adapter la RLP en vigueur à la nouvelle réglementation nationale**
  - Redéfinir les zones de publicité existantes, en les adaptant aux définitions de la réglementation nationale de publicité (RNP) 2012.
  - Assurer la conformité des règles avec la réglementation nationale ;
- ▶ **Adapter le RLP aux nouveaux objectifs de développement urbain et de préservation du territoire**, définis notamment dans le PLU.

## A.4 | Etat des lieux et enjeux publicitaires

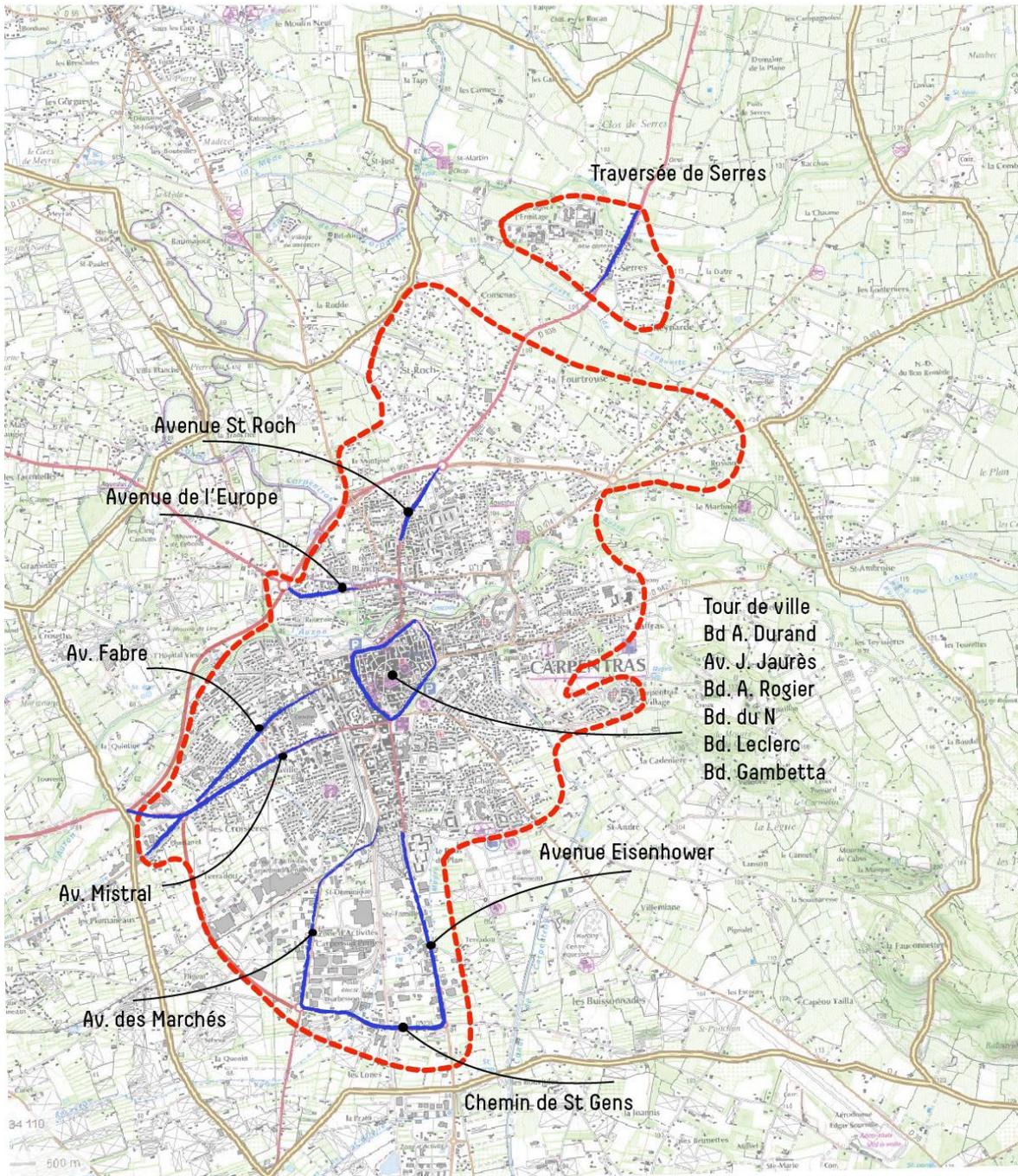
### A.4.1 | Etat des lieux

La commune de CARPENTRAS est concernée par la présence de l'ensemble des dispositifs publicitaires réglementés par le Code de l'Environnement.

# Principaux lieu d'impantation de publicités/préenseignes sur la commune

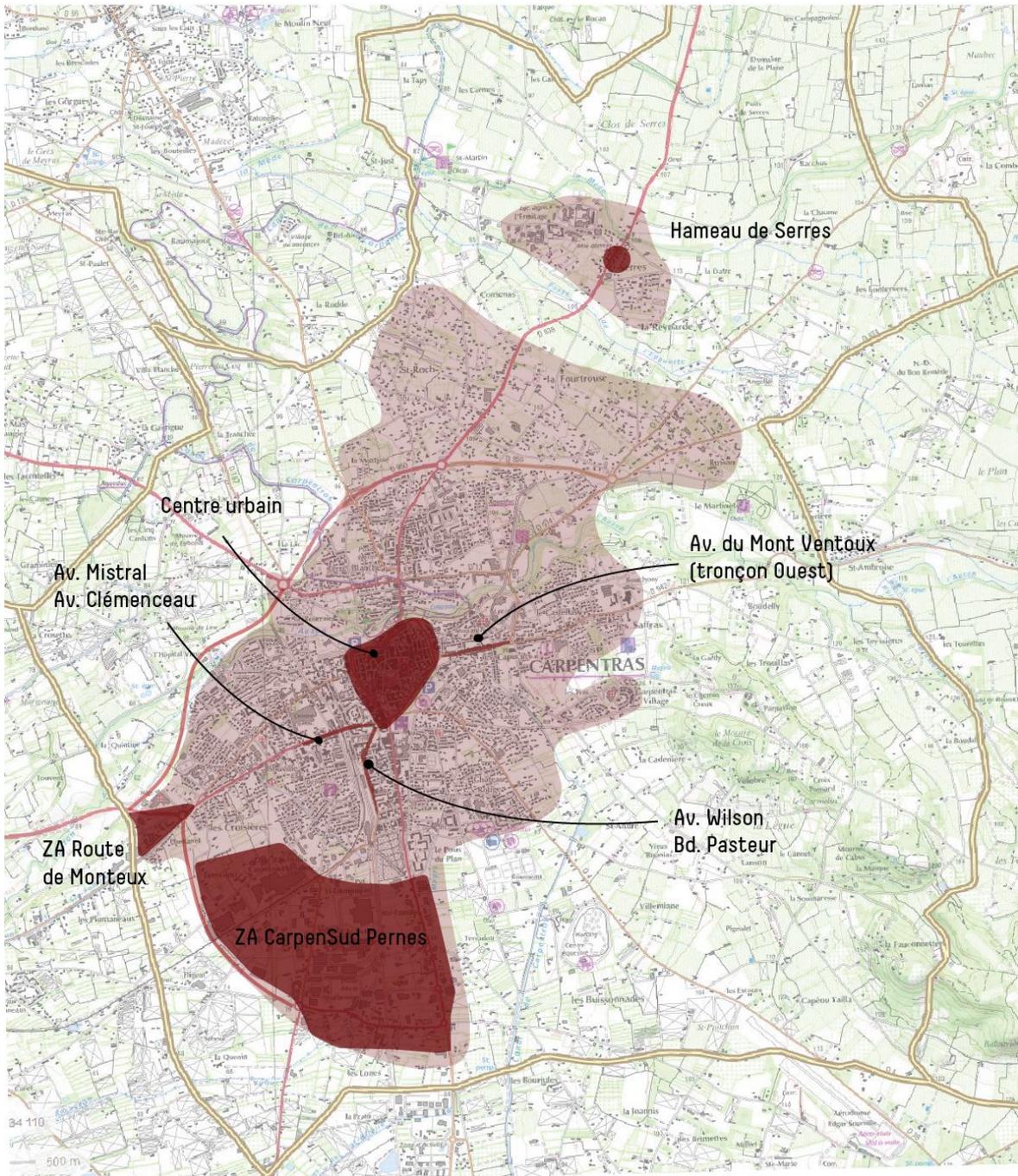
— Axes à forte densité de publicité  
— Principaux secteurs à enjeu

Agglomérations



# Principaux lieu d'implantation d'enseignes sur la commune

-  Principaux pôles économiques  
Principaux secteurs à enseignes
-  Enseignes ponctuelles  
sur les pôles de proximité



## A.4.2 | Conformité des dispositifs

### ► Conformité au regard des règles nationales (RNP)

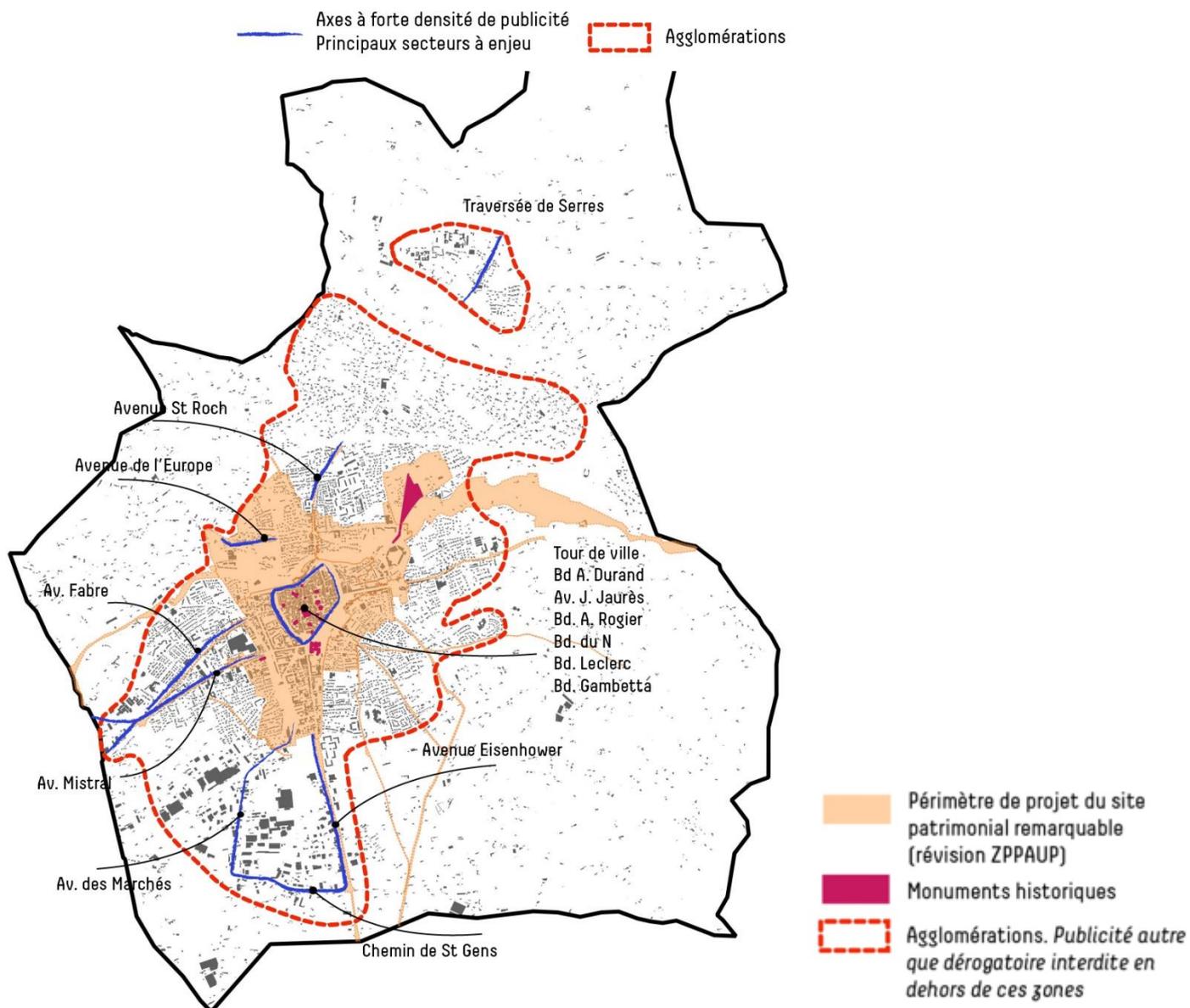
#### Les périmètres règlementaires (publicité)

> Plusieurs dispositifs présents dans le périmètre du site patrimonial remarquable (SPR) et son périmètre en cours de révision

> Essentiellement mobilier urbain

> Peu de dispositifs hors agglomération

### Principaux lieux d'implantation de publicités/préenseignes sur la commune



> Avenue des Marchés, passage de la voie ferrée (SPR) - Publicité 12 m<sup>2</sup>



> Avenue Eisenhower



Tour du centre historique (au sein du SPR) – Mobilier urbain de type « sucettes » et abris-bus



> Avenue de l'Europe – 12 m<sup>2</sup>

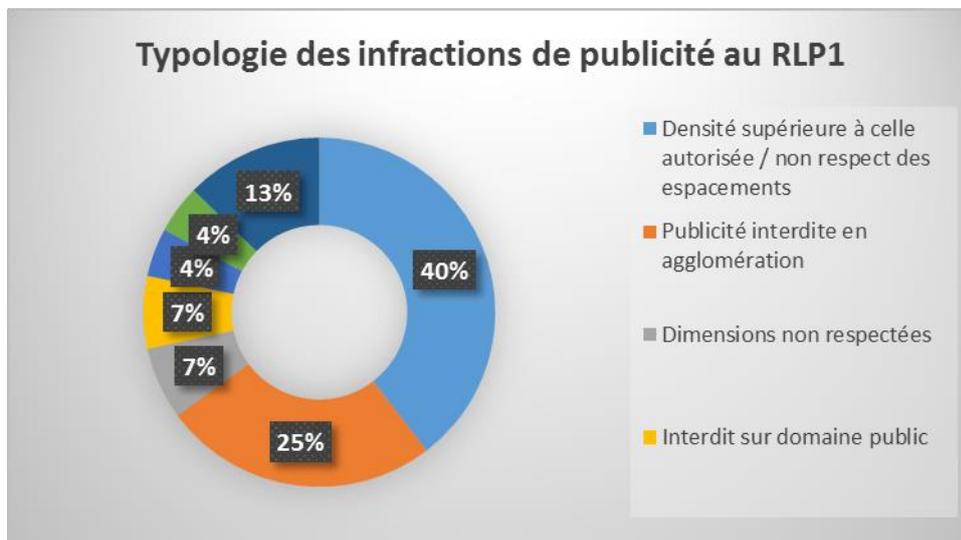


### Dispositifs sur mobiliers urbains autres que ceux sur lesquels ils sont autorisés



► Conformité au regard des règles du RLP1

	ZPR1	ZPR2a	ZPR2b	ZPR3a	ZPR3b	ZPR4
Mural	interdit	4 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	Interdit	12 m <sup>2</sup>
Apposé ou scellé au sol	Interdit	Interdit	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	Interdit	12 m <sup>2</sup>
Sur mobilier urbain	interdit	4 m <sup>2</sup> mural Interdit au sol	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	interdit	12 m <sup>2</sup>



Exemple : enseignes au sol interdites



## A.4.2 | Les enjeux

4 grands enjeux sont identifiés sur le territoire de Carpentras

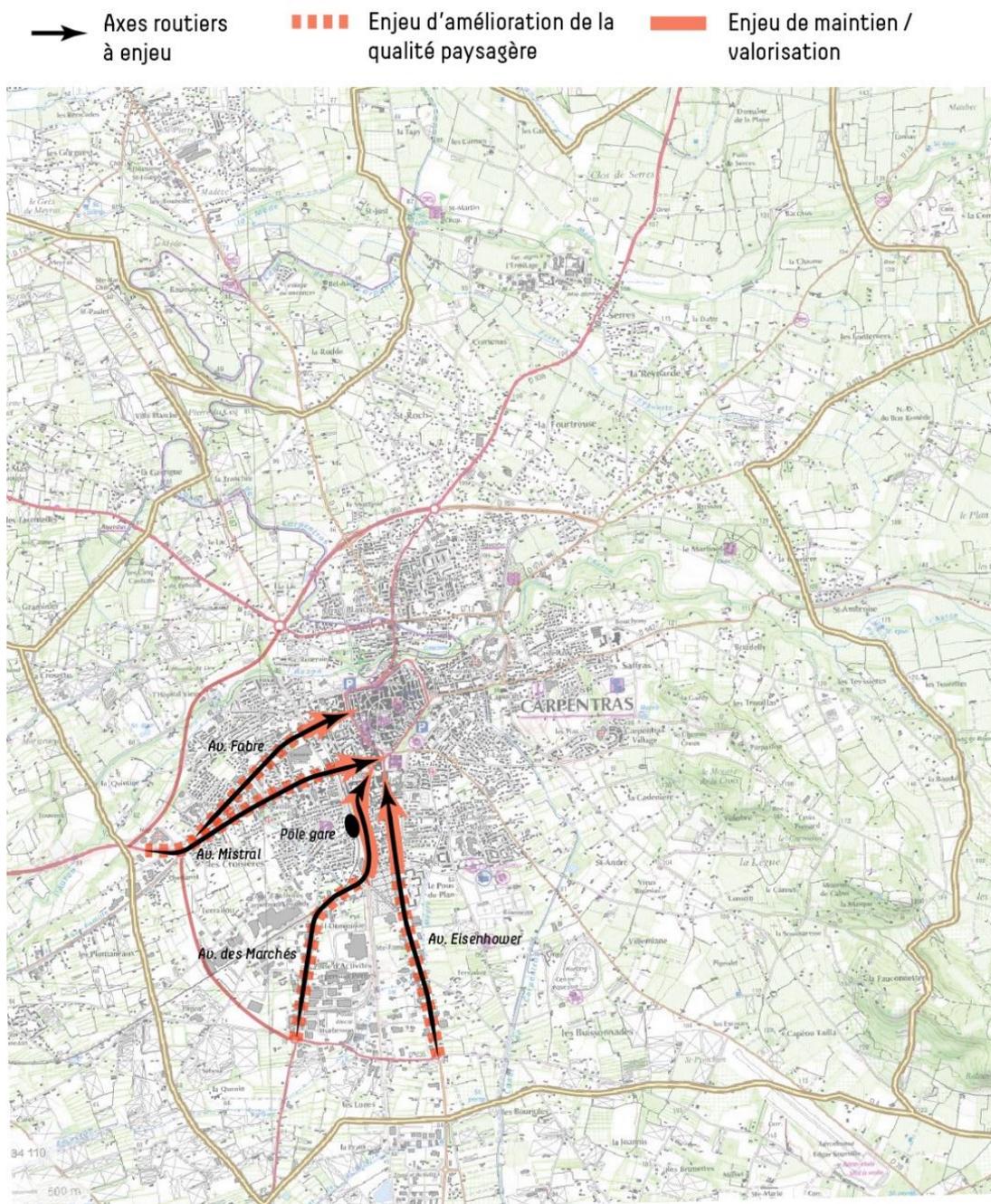
- Enjeu 1 : la qualité des entrées de ville, 1ère image du territoire, porte d'entrée de la CoVe et du site patrimonial remarquable
- Enjeu 2 : la qualité du cadre de vie
- Enjeu 3 : la valorisation du patrimoine architectural, le site patrimonial remarquable
- Enjeu 4 : la lisibilité des acteurs économiques

### A.4.2.1. Enjeu 1 – La qualité des entrées de ville, 1ère image du territoire, porte d'entrée de la CoVe et du site patrimonial remarquable

Plusieurs axes à enjeu :

- Avenues F. Mistral et J.H Fabre, entrée/sortie de ville « touristiques » principales
- Avenue Eisenhower et avenue des Marchés
- Pôle gare, une porte d'entrée du territoire

### Enjeu 1 : la qualité des entrées de ville, 1ère image du territoire, porte d'entrée de la CoVe et du site patrimonial remarquable



► **Enjeu 1 – Secteur 1 - Avenues F. Mistral et J.H Fabre et continuités vers le centre historique**

**Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :**

- Principale entrée/sortie d'agglomération de la commune, accès au centre historique depuis l'avenue Mistral
- Secteur mixte – Habitat/activités dont activités commerciales
- Voirie relativement étroite
- Secteur à forte densité publicitaire : publicités / enseignes
- **1ère et dernière image de la commune et du territoire**

**Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et règlementations RNP depuis 2012**

	<b>RLP</b> 1 – ZPR4, ZPR2b (Mistral) et ZPR2a (Est voie ferrée)	<b>RNP</b>
Publicité/	12 m <sup>2</sup> (ZPR4 et ZPR2b), 4 m <sup>2</sup> (ZPR2a)	12 m <sup>2</sup>
Préenseignes	Autorisé sur tout support / interdit au sol en ZPR2a Espacement 70m sur un même côté de la voie (ZPR4) ou 80m (ZPR2b)1. 1 seul panneau par mur support en ZPR2a	<b>Interdit en SPR</b>
Enseignes	Enseigne au sol interdite Sur façade : en RDC uniquement ou en dessous du niveau des appui de fenêtre du 1er étage	Autorisé sur tout type de support

**Dispositifs publicitaires présents :**

Publicité et pré enseignes

- Essentiellement hors SPR
- Dominantes : scellées au sol / 12 m<sup>2</sup>
- Egalement publicité sur mobilier urbain au sol, de moins de 2m<sup>2</sup>

Enseignes

- Dispositifs au sol jusqu'à 12 m<sup>2</sup>
- En façade
- Une partie illégale par la densité

**Publicité/préenseignes**

**Avenue Mistral - Conformes RLP / RNP**



**Avenue J.H Fabre - Conformes RLP / RNP**





Publicité en façade - **Conforme RLP1 et RNP**



**Enseignes**  
Avenue Mistral



**Non conformes au RLP1 : enseignes au sol interdites.** Conforme RNP



**Non conformes RLP1 : enseignes au sol interdites. Non conformes RNP : densité supérieure à celle autorisée**



Avenue J.H Fabre



**Non conformes RLP1 : enseignes au sol interdites.** Conforme RNP



#### POINTS NOIRS PAYSAGERS :

- > une **densité** importante de publicité de grande taille (jusqu'à 12 m<sup>2</sup> autorisés)
- > **taille peu adaptée à l'échelle de l'environnement urbain**, qui impacte fortement le champ de perception visuel sur une emprise urbaine peu large
- > des enseignes au sol en surnombre et très hétérogènes qui brouillent le paysage urbain

#### Engendrent :

- > une réduction de la qualité paysagère de cet axe urbain, 1ère image de la commune
- > une dévalorisation de l'entrée du site patrimonial remarquable. Promotion commerciale prend le pas sur la valorisation touristique

## Tendance d'évolution si maintien des règles du RLP1

- > Disparition des enseignes au sol
- > Maintien des publicités en place
- > Une qualité d'entrée de ville qui reste valorisable du point de vue publicité

## Enjeux

- > Valorisation de l'image de l'entrée de ville : limitation de l'emprise visuelle des dispositifs publicitaires
- > Visibilité des activités implantées le long des deux axes (maintien d'un potentiel d'expression publicitaire)

### ► Enjeu 1 – Secteur 2 - Avenue Eisenhower et avenue des Marchés

## Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :

- Axes d'entrée de ville à vocation mixte sur le tronçon nord (habitat, activités), économiques sur tronçon sud (zone d'activités CarpenSud Pernes)
- Voirie relativement large, avec aménagements urbains de qualité (plantations)
- Secteur commercial et entrées de ville, constituent des axes principaux d'expression publicitaire de la commune

## Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et réglementations RNP depuis 2012

	<b>RLP<sub>1</sub></b> – ZPR4 (zone économique) et ZPR2a (tronçons nord)	<b>RNP</b>
Publicité/	12 m <sup>2</sup> (ZPR4), 4 m <sup>2</sup> (ZPR2a)	12 m <sup>2</sup>
Préenseignes	Autorisé sur tout support / interdit au sol en ZPR2a Espacement 70m sur un même côté de la voie (ZPR4). 1 seul panneau par mur support en ZPR2a	Interdit en SPR
Enseignes	Enseigne au sol interdite Sur façade : en rdc uniquement ou en dessous du niveau des appui de fenêtre du 1er étage	Autorisé sur tout type de support

## Dispositifs publicitaires présents :

### Publicité et pré enseignes

- Dominantes : scellées au sol / 12 m<sup>2</sup>

### Enseignes

- Dispositifs essentiellement en façade et au sol
- Au sol jusqu'à 12 m<sup>2</sup>

- Une hétérogénéité des formes et formats
- Une partie illégale par la densité

### Publicité et pré enseignes

Avenue Eisenhower



ZPR4 - Publicités interdites dans le périmètre SPR en révision



Enseignes





#### **POINTS NOIRS PAYSAGERS :**

Une densité qui reste « modérée » pour le type de zone. Des dimensions qui restent toutefois importantes et marquent le paysage urbain.

#### **ATOUTS / POINTS FORTS : -**

Vues sur le Mont Ventoux offertes sur certains axes (Av. des Marchés)



#### **Tendance d'évolution si maintien des règles du RLP1**

- > Maintien des publicités existantes
- > Enseignes : suppression de l'ensemble des dispositifs au sol

#### **Enjeux**

- > Maintien d'un potentiel d'expression publicitaire sur ce pôle commercial (publicité)
- > Visibilité des activités implantées le long des deux axes (enseignes)
- > Valorisation de l'image de l'entrée de ville : travail sur une meilleure harmonisation des enseignes au sol essentiellement

► **Enjeu 1 – Secteur 3 – Pôle Gare**

**Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :**

- Entrée de ville par la voie ferrée et transport routier : gare routière et ferroviaire, axe de passage journalier pour la population et les touristes
- Pas de publicités recensées
- Espace de qualité, aujourd'hui non « pollué » par la pression publicitaire

**Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et réglementations RNP depuis 2012**

	<b>RLP<sub>ZPR2a</sub></b>	<b>RNP</b>
Publicité/	4 m <sup>2</sup> (ZPR2a)	12 m <sup>2</sup>
Préenseignes	Interdit au sol en ZPR2a 1 seul panneau par mur support en ZPR2a	Interdit en SPR
Enseignes	Enseigne au sol interdite Sur façade : en rdc uniquement ou en dessous du niveau des appui de fenêtre du 1er étage	Autorisé sur tout type de support

**Tendance d'évolution si maintien des règles du RLP1**

Maintien d'une densité limitée de publicités si non dérogation SPR

**Orientation du PLU sur ce secteur (PADD) :** Orientation 3 « Ouvrir la ville » : jouer le rôle de capitale (gare)

**Enjeux**

> **Maintien d'une qualité paysagère de ce pôle d'entrée touristique, absence de publicité**

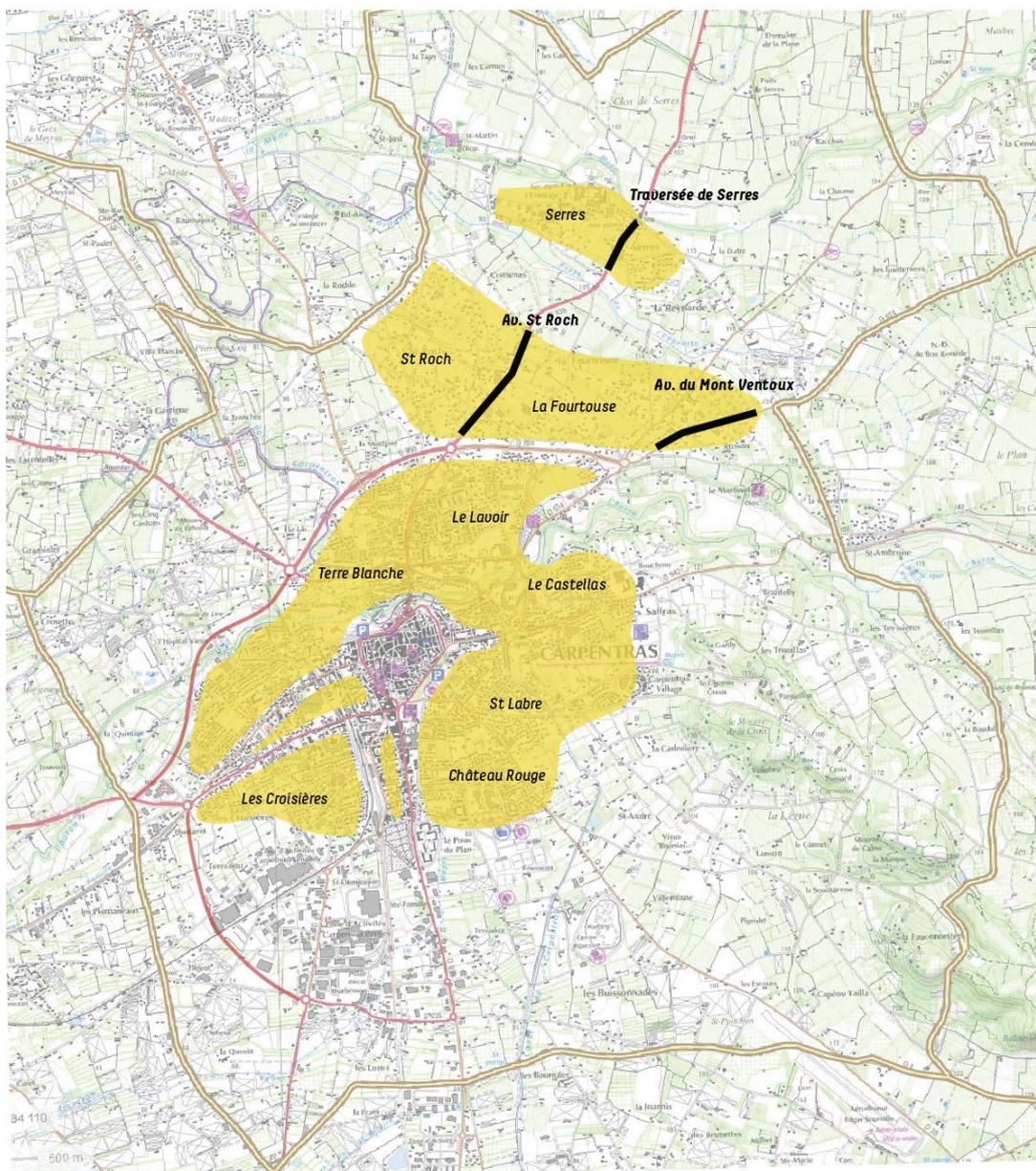
#### A.4.2.2. Enjeu 2 – La qualité du cadre de vie

Plusieurs secteurs à enjeu :

- Les quartiers d'habitat
- Sorties de la ville après la rocade, direction le Mont Ventoux : avenue Saint Roch et route de Bédoin
- Le hameau de Serres

#### Enjeu 2 : la qualité du cadre de vie

 Quartiers d'habitat + pôles de proximité à enjeu       Axes / routes à enjeu



► **Enjeu 2 – Secteur 1 – Quartiers d’habitat**

**Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :**

- Quartiers à vocation essentiellement d’habitat. Quelques pôles économiques de proximité (services, commerces, ...), équipements.
- Quelques dispositifs publicitaires présents ponctuellement : avenue de l’Europe, avenue Pont des Fontaines, avenue Saint Roch (tronçon sud D950), avenue Jean Moulin, avenue du Mont Ventoux (tronçon Est), avenue du Comtat Venaissin
- Faible densité publicitaire sur le reste du secteur

**Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et règlementations RNP depuis 2012**

	<b>RLP<sub>1</sub> - ZPR4 et ZPR2a</b>	<b>RNP</b>
Publicité/	12 m <sup>2</sup> (ZPR4) / 4m <sup>2</sup> (ZPR2a)	12 m <sup>2</sup>
Préenseignes	Autorisé sur tout support (ZPR4), interdit au sol (ZPR2a) Espacement 70m sur un même côté de la voie (ZPR4) 1 seul panneau par mur support en ZPR2a	Règles de densité <b>Interdit en SPR</b>
Enseignes	Enseigne au sol interdite Sur façade : en rdc uniquement ou en dessous du niveau des appui de fenêtre du 1er étage (pour potences/drapeaux)	Autorisé sur tout type de support

**Dispositifs publicitaires présents :**

Publicité :

- Dispositifs essentiellement en façade et au sol
- Dispositifs jusqu’à 12 m<sup>2</sup>
- Publicité sur mobilier urbain au sol, de moins de 2m<sup>2</sup>

Enseignes

- Dispositifs essentiellement en façade
- Globalement de bonne qualité / peu impactant visuellement (dimensions modérées)

**Publicité :**

*Avenue de l'Europe*



*Avenue Pont des Fontaines*



Avenue Jean Moulin



Avenue du Mont Ventoux



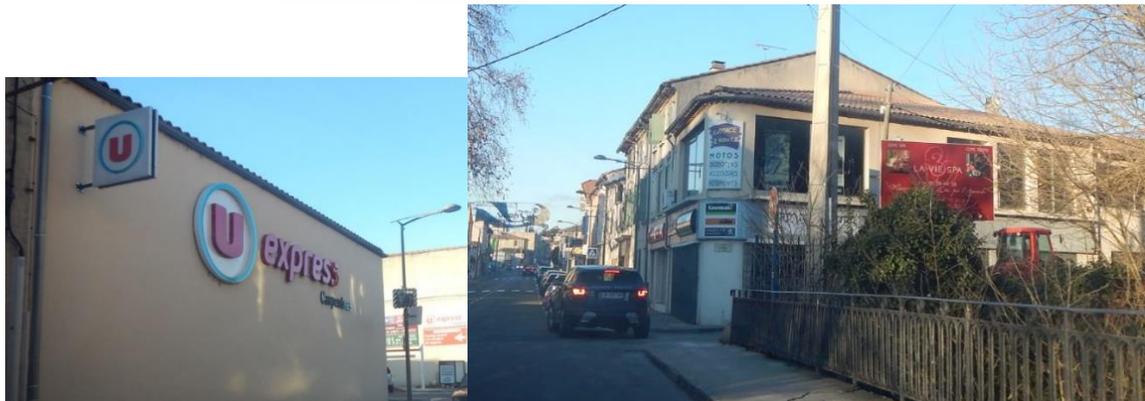
Avenue Saint Roch



Mobilier urbain / 2m<sup>2</sup>

## Enseignes

Avenue Saint Roch



### POINTS NOIRS PAYSAGERS :

Essentiellement sur les publicités

Dimensions des dispositifs peu adapté à l'environnement urbain et sa vocation. Impact sur la qualité du cadre de vie.

### Tendance d'évolution :

- Si maintien des règles du RLP1

Réduction de 12 à 4 m<sup>2</sup> en ZPR2a > amélioration de la qualité paysagère des secteurs concernés

EN ZPR4 > maintien des dispositifs existants

- Si maintien des règles de la RNP

> Disparition de toute publicité dont sur mobilier urbain au sein du SPR

### Orientation du PLU sur ce secteur (PADD) :

#### Orientation 2 : « Oxygéner la ville »

- Trame verte et mobilités
- Préserver les espaces verts et les paysages naturels : mise en valeur de la nature dans la ville

## Enjeux

- > Valorisation de la qualité du cadre de vie dans les quartiers d'habitat
- > Préservation du caractère naturel des espaces et coulées vertes traversant les quartiers (trame vertes et bleues) > cf. projet AVAP
- > Lisibilité des activités culturelles (publicité sur mobilier urbain à conserver ?)

- ▶ Enjeu 2 – Secteur 2 – Sorties de la ville après la rocade, direction le Mont Ventoux : avenue Saint Roch et route de Bédoin

### Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :

- Principales routes vers les sites touristiques depuis Carpentras (direction Mont Ventoux, ...)
- Secteurs à vocation essentiellement d'habitat, caractère mi urbain/mi rural
- Secteur à très faible densité publicitaire, à forte valeur paysagère
- **Axes participant pleinement à l'image du territoire, sa valorisation touristique**

### Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et réglementations RNP depuis 2012

	RLP <sub>1</sub>	RNP
Publicité/	<i>Pas de zone de publicité</i>	12 m <sup>2</sup>
Préenseignes	En agglomération, donc RNP qui s'applique	Règles de densité

### Dispositifs publicitaires présents :

Pas de publicités recensées

Pré enseignes essentiellement liées à la vente de produits du terroir

*Avenue St Roch*





*Route de Bédoin*



**Tendance d'évolution si maintien des règles du RLP1**

> Un potentiel de développement des publicités au sol le long de l'axe

**Enjeux**

> **Préservation de la qualité paysagère de ces sorties de ville, axes touristiques**

► **Enjeu 2 – Secteur 3 – Hameau de Serre**

**Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :**

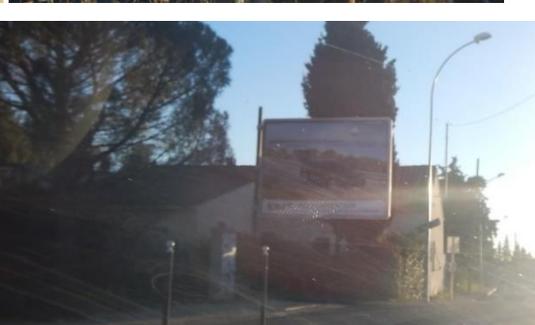
- 2<sup>e</sup> agglomération de la commune (- 10 000 habitants)
- Enjeux essentiellement localisés aux abords de la route de St Roch, qui traverse le hameau

**Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et réglementations RNP depuis 2012**

	<b>RLP<sub>1</sub></b>	<b>RNP</b>
Publicité/	<i>Pas de zone de publicité</i>	12 m <sup>2</sup>
Préenseignes	En agglomération, donc RNP qui s'applique	Règles de densité
Enseignes	<i>Pas de zone de publicité</i> RNP qui s'applique	Autorisé sur tout type de support (dont au sol).

**Dispositifs publicitaires présents :**

- Publicités au sol, de petite dimension, qui ponctuent la traversée urbaine. 1 ou 2 dispositifs de grande taille (12 m<sup>2</sup>)
- Enseignes en façade et au sol





#### **POINTS NOIRS PAYSAGERS :**

Quelques dispositifs de grande taille peu adaptés au caractère « rural » du hameau

#### **Tendance d'évolution si maintien des règles du RLP1**

Potential de développement des publicités jusqu'à 12 m<sup>2</sup>

#### **Orientation du PLU sur ce secteur (PADD) :**

- Préserver l'identité du hameau

#### **Enjeux**

> Amélioration de la qualité de traversée urbaine, adaptation à l'identité « hameau »

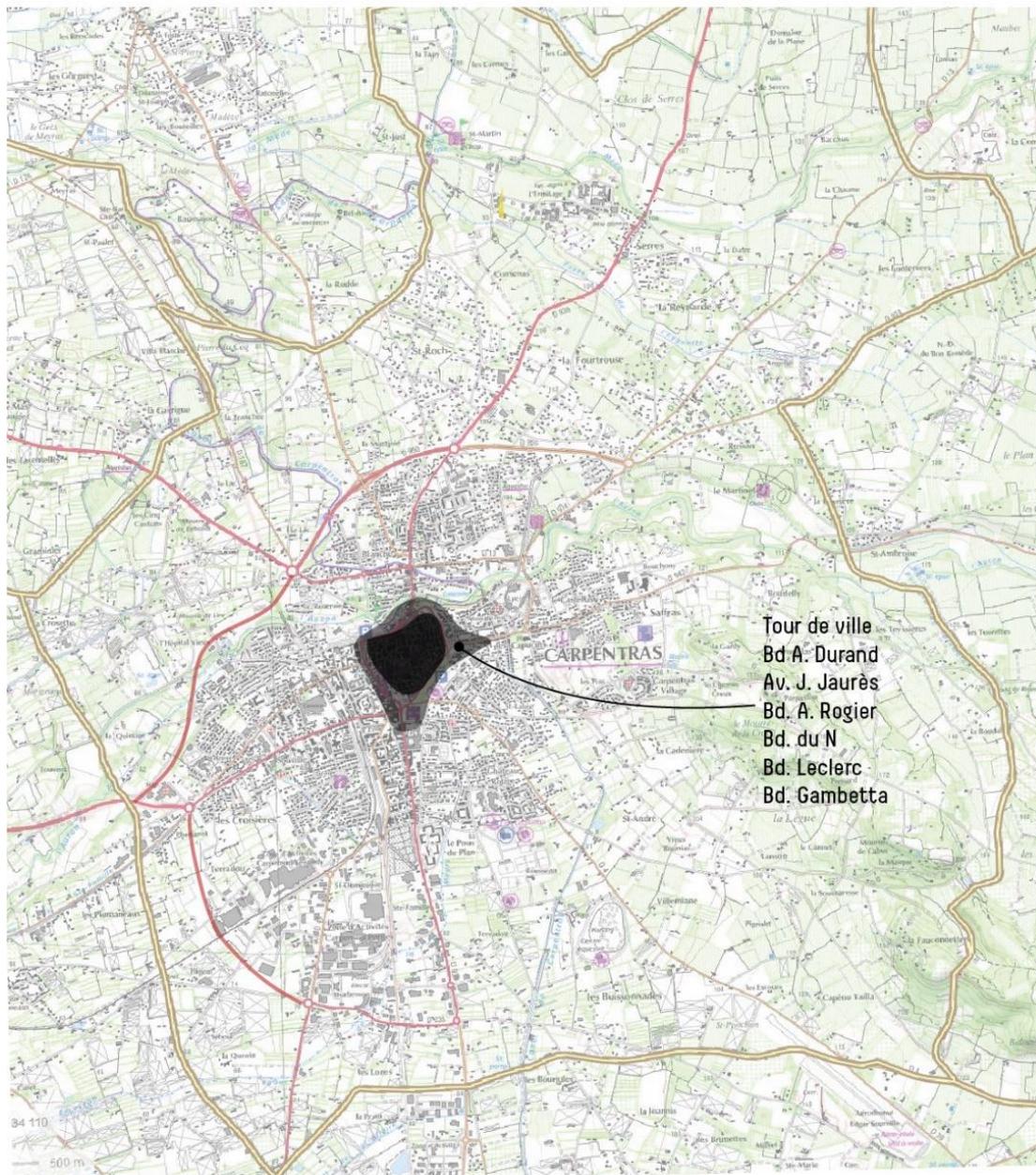
### A.4.2.3. Enjeu 3 – La valorisation du patrimoine architectural, le site patrimonial remarquable

#### Plusieurs secteurs à enjeu :

- Le centre historique (intra-muros)
- Le périmètre élargi du Site patrimonial remarquable (axes entourant le centre)

### Enjeu 3 : la valorisation du patrimoine architectural, le site patrimonial remarquable (centre historique et abords)

■ Centre historique (intra muros)    ■ Abords du centre historique ( «tour de ville»)



► **Enjeu 3 – Secteur 1 – Le centre historique**

**Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :**

- Centre ancien, pôle commercial et touristique - Commerces, artisanats, activités diverses, musées, sites touristiques, ...
- Site patrimonial remarquable : secteur à forte valeur architecturale
- Les enseignes : jouent un rôle dans la perception du patrimoine architectural de la ville

**Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard du RLP1 et réglementations RNP depuis 2012**

	<b>RLP<sub>1</sub> – ZPR1</b>	<b>RNP</b>
Publicité/ Préenseignes	Interdite au mur, <u>scellé</u> au sol ou sur mobilier urbain <b>Chevalets mobiles autorisés donc</b>	<b>Interdites SPR (sauf dérogation RLP)</b>
Enseignes	Enseigne au sol interdite ( <i>dont chevalets mobiles</i> ) Sur façade : en rdc uniquement ou en dessous du niveau des appui de fenêtre du 1er étage (pour potences/drapeaux) <b>Interdites sur bâtiments remarquables identifiés</b>	Autorisé sur tout type de support

**Dispositifs publicitaires présents / Points forts/points faibles :**

Publicités

- Peu de dispositifs de type publicité
- Pré-enseignes sous forme de signalétique d'information locale (mâts communs)
- Peu de chevalets mobiles en dehors du périmètre d'autorisation d'occupation du domaine public (considérés dans ce cas comme des « préenseignes »)  
**>> Pas d'enjeu particulier sur ce type de dispositifs**



## Enseignes

- Essentiellement enseignes en façade : à plat ou de type potence/drapeau
- Quelques enseignes au sol sur le périmètre d'autorisation d'occupation du domaine public (considérées ici comme « enseignes »)
- Sur auvents, stores-banne, parasols

> **Des enseignes de qualité** : lettres peintes en façade ou lettres découpées (qui limitent l'emprise sur le bâti), très fréquemment utilisées pour l'enseigne « principale »

### Exemples d'enseignes de qualité rencontrées



### Exemples d'enseignes de qualité rencontrées

Lettres découpées en façade



## Exemples d'enseignes de qualité rencontrées

Lettres peintes sur façade ou devantures en menuiserie bois



> Quelques dispositifs parfois peu valorisants, qui peuvent impacter la qualité architecturale du site

- Des enseignes sous formes de panneau de fond parfois peu harmonieux avec la façade bâtie



- Hétérogénéité dans la hauteur des enseignes en potence/drapeau, brouillant la lisibilité des rues et des façades, grande diversité (hauteur, sens de lecture, matériaux, couleurs, ...),
- Pas d'identité commune



Un grand nombre non conforme au RLP en vigueur > au-dessus des appuis de fenêtres du 1<sup>er</sup> étage



> Autres dispositifs rencontrés

- Enseignes en bandeau





- Enseignes sur auvents, stores-bannes, parasols



### **Tendance d'évolution si maintien des règles du RLP1**

- > Un centre historique qui reste globalement qualitatif, avec des enseignes de qualité. Un potentiel de valorisation toutefois.
- > Déplacement d'un certain nombre d'enseignes en potence/drapeau > préservation des façades supérieures de tout mobilier / amélioration de la lisibilité du bâti
- > Disparition des quelques enseignes au sol
- > Maintien des autres dispositifs

### **Orientation du PLU sur ce secteur (PADD) :**

Orientation 1 : « Faire battre le cœur de la ville »

- Requalifier le centre-ville
- Attirer et accueillir les activités
- Attirer les visiteurs pour l'agrément, le tourisme

Orientation 3 « Ouvrir la ville »

- Valoriser les richesses patrimoniales

### **Enjeux**

- > **Maintien d'une densité très limitée de publicités/préenseignes**
- > **Maintien de la lisibilité du patrimoine architectural, telle que favorisée dans le RLP en vigueur**
- > **Valorisation de l'identité patrimoniale (travail sur la qualité des enseignes, identité ?)**
- > **Maintien du dynamisme économique et culturel de ce cœur de ville (lisibilité des différentes activités, commerces)**

- ▶ **Enjeu 3 – Secteur 2 – Le périmètre élargi du Site patrimonial remarquable**

### **Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :**

- « Tour du centre historique » (contournement automobile) : Bd. Durand, Rogier, du N, Leclerc, Gambetta et avenue Jaurès, début de l'av. du Mont Ventoux
- Linéaires commerciaux
- Site patrimonial remarquable : secteur à forte valeur architecturale

**Principales règles applicables sur la zone - Conformité au regard du RLP1 et réglementations RNP depuis 2012**

	<b>RLP<sub>1</sub>-ZPR2a</b>	<b>RNP</b>
Publicité/ Préenseignes	4 m <sup>2</sup> Interdit au sol en ZPR2a 1 seul panneau par mur support en ZPR2a	Interdit en SPR (dont mobilier urbain)
Enseignes	Enseigne au sol interdite Sur façade : en rdc uniquement ou en dessous du niveau des appui de fenêtre du 1er étage	Autorisé sur tout type de support

**Dispositifs publicitaires présents / Points forts/points faibles :**

Publicités

- Une densité limitée, pas d'impact fort sur le paysage
- Essentiellement publicité sur mobilier urbain de petit format (≤ 2m<sup>2</sup>)
- Pré-enseignes sous forme de signalétique d'information locale (mâts communs)
- Publicité sauvage ponctuelle



Mobilier urbain





## Enseignes

- Essentiellement en façade
- Grande diversité : couleurs, type (relief, peinte, sur bandeau, ...)
- Des étages préservés de tout dispositifs (lisibilité du bâti)



Le nord de ce tour de ville (boulevard Leclerc) constitue un « balcon » sur les dentelles de Montmirail », offrant de belles perspectives visuelles sur le paysage.



### **Tendance d'évolution :**

#### **- si maintien des règles du RLP1**

- > Nécessité dérogation à la RNP
- > Possible implantation de nouvelles publicités de 4m<sup>2</sup> en façade

#### **- si maintien des règles de la RNP**

- > Disparition de toute publicité dont sur mobilier urbain (déplacement hors SPR)

### **Orientation du PLU sur ce secteur (PADD) :**

Orientation 1 : « Faire battre le cœur de la ville »

- Requalifier le centre-ville
- Attirer et accueillir les activités
- Attirer les visiteurs pour l'agrément, le tourisme

Orientation 3 « Ouvrir la ville »

- Valoriser les richesses patrimoniales

### **Enjeux**

- > **Maintien d'une densité très limitée de publicités/préenseignes**
- > **Valorisation du patrimoine patrimonial, image extérieure du centre historique !**
- > **Lisibilité des activités culturelles (publicité sur mobilier urbain à conserver ?)**
- > **Maintien du dynamisme économique et culturel de ce cœur de ville (lisibilité des différentes activités, commerces)**
- > **Préservation de la qualité des vues sur les dentelles de Montmirail depuis le bd. Leclerc.**

#### **A.4.2.4. Enjeu 4 – La lisibilité des acteurs économiques**

### **Orientation du PLU sur ce secteur (PADD) :**

Orientation 3 « Ouvrir la ville »

- Ouvrir la ville et le Comtat à a nouvelles opportunités socio-économiques
- Apporter des services de centralités aux habitants du Comtat

Orientation 4 « Favoriser une ville active »

- Développer le tourisme (hébergements, restauration, services, ...)
- Développer les activités économiques (quartier gare, ZA Bellecour IV)
- Dynamiques commerciales (centre-ville, zones commerciales)





Avenue Eisenhower



## Enjeux

- > Lisibilité des entreprises existantes et futures
- > Prise en compte des enjeux économiques sur les nouveaux pôles d'activités
- > Valorisation des pôles d'activité : la qualité paysagère joue un rôle sur leur attractivité
  - >> Compromis à trouver entre besoins d'affichage et enjeux paysagers/patrimoniaux