



Ville de
Graveson

Département des Bouches-du-Rhône

Règlement Local de Publicité Commune de Graveson

1. Rapport de présentation

Elaboration prescrite par DCM du 09/07/2015
Projet de RLP arrêté par DCM du 20/07/2017
RLP approuvé par DCM du 31/05/2018

SOMMAIRE

PARTIE A - DIAGNOSTIC.....	3
PREAMBULE	4
A.1 CONTEXTE COMMUNAL : ETAT DES LIEUX	6
A.1.1 Contexte géographique et démographique	6
A.1.2 Contexte paysager.....	7
A.1.3 Contexte urbain	9
A.1.4 Contexte et enjeux patrimoniaux du territoire.....	13
A.1.5 Contexte viaire	13
A.1.6 Contexte économique du territoire.....	14
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.....	16
A.2 CONTEXTE REGLEMENTAIRE	20
A.2.1 Les périmètres « d'agglomération »	20
A.2.2 Les périmètres urbains et environnementaux règlementaires.....	20
A.2.3 Les règles relatives à la taille des agglomérations	22
A.3 ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES	26
A.3.1 Etat des lieux.....	26
A.3.2 Conformité au regard des périmètres règlementaires	26
A.3.3 Les secteurs à enjeux.....	30
A.3.4 Synthèse des enjeux.....	42
PARTIE B –.....	43
AMBITIONS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	43
AMBITION 1 –	44
REVALORISER L'IMAGE DE LA COMMUNE LE LONG DES AXES BORDANT LE VILLAGE	44
AMBITION 2 –	44
PRESERVER LE CADRE DE VIE ET LE CARACTERE VILLAGEOIS DE GRAVESON.....	44
AMBITION 3 –	45
PERENNISER LA QUALITE PAYSAGERE DE LA PLAINE DU COMTAT	45
PARTIE C –.....	46
JUSTIFICATION DES CHOIX DES REGLES ET DES.....	46
MOTIFS DE DELIMITATION DES ZONES	46
C.1 LA DELIMITATION DES ZONES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	47
Zone de publicité 1 (ZP1) – Agglomération de Graveson.....	47
Zone de publicité 2 (ZP1) – RD28 et RD570N – tronçons longeant l'agglomération de Graveson.....	47
Zone de publicité 3 (ZP3) – Hors agglomération	48
C.2 CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE.....	49
C.2.1 Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	49
C.2.2 Dispositions relatives aux enseignes.....	51
C.2.3 Modalités d'application du RLP.....	55

PARTIE A - DIAGNOSTIC

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^{er} 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 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 – *sauf exceptions*, depuis la réforme de 2012, de manière **plus restrictive** que la règle nationale, 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.

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

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

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. *Exemples* :



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



Pré-enseigne dérogatoire :

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,
- 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.

La notion de produit du terroir : « produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit » (définition DREAL Corse). Le terroir, correspondant à un « ensemble des terres d'une région, considérées du point de vue de leurs aptitudes agricoles et fournissant un ou plusieurs produits caractéristiques [...] » (Larousse).

Ce type de préenseignes dérogatoires concerne donc les activités en lien avec l'agriculture.

Elles sont implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent (distance portée à 10km pour les monuments historiques). Article R581-66 du CE.

Dès lors qu'elles sont implantées en agglomérations, elles sont soumises au régime de publicités et préenseignes « classiques ».

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 :



A.1 | Contexte communal : Etat des lieux

A.1.1 | Contexte géographique et démographique

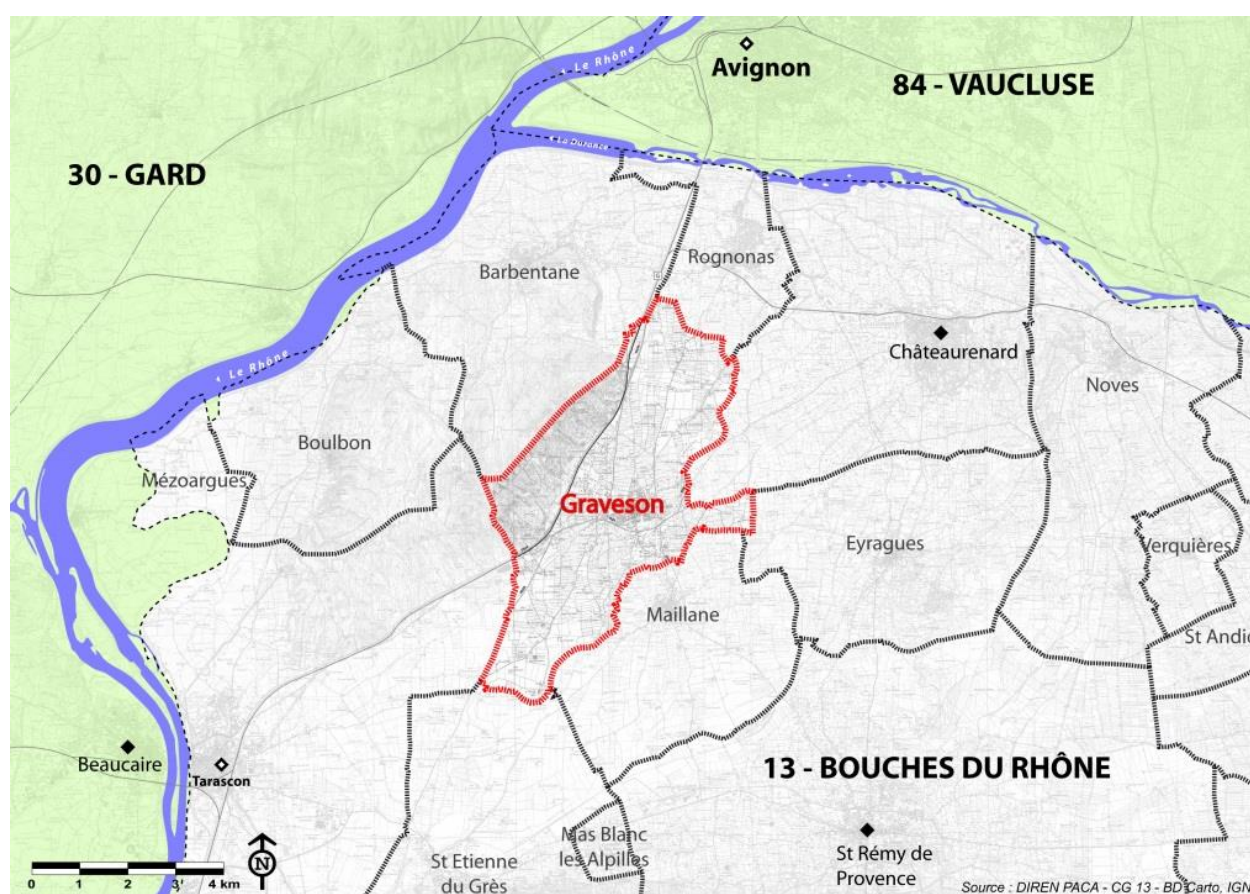
Graveson est une commune rurale, située dans la plaine de la Basse-Durance, à l'extrême nord-ouest du département des Bouches-du-Rhône.

Elle appartient à la **Communauté d'Agglomération Terre de Provence**, regroupant 13 communes : Barbentane, Eyragues, Maillane, Rognonas, Cabannes, Chateaufort, Noves, St Andiol, Verquière, Mollégès, Orgon, Plan d'Orgon et Graveson.

Graveson compte en 2013, 4479 habitants, en croissante augmentation depuis le début des années 80, avec un taux supérieur à 2%. La proximité d'Avignon joue un rôle majeur dans l'attractivité résidentielle de la commune.

La commune, qui s'étend sur 2354 ha, occupe une position géographique particulière, le long de deux axes de passage que sont Chateaufort> Tarascon/Arles et Avignon>Tarascon/Arles (via les RD28 et RD570N).

Bien que située dans le département des Bouches du Rhône, Graveson appartient à l'**unité urbaine d'Avignon**, au sens de l'Insee.



A.1.2 | Contexte paysager

Les unités paysagères

Le territoire de Graveson s'étend sur la plaine de la basse Durance (ou plaine du Comtat). Sa partie Est est bordée par le massif de la Montagnette, relief et arrière-plan paysager séparant la commune de la vallée du Rhône.

La Plaine du Comtat

La plaine du Comtat se définit comme la zone de contact et d'interaction entre les Alpilles et le Grand Avignon, qui constituent à la fois des ensembles biogéographiques et des territoires de projet.

Le territoire marie cultures maraîchères, vergers et vignes sur les communes de Maillane, Graveson et Châteaurenard. Il s'axe plus sur les vergers et les pépinières autour de St Rémy de Provence. Le paysage est marqué par une trame régulière de champs, de haies de cyprès et de canaux d'irrigation, qui quadrillent l'espace et font l'identité du territoire.

L'ensemble du domaine agricole possède une cohérence de paysage de grande valeur, ponctué par les entrées et allées des grands mas.

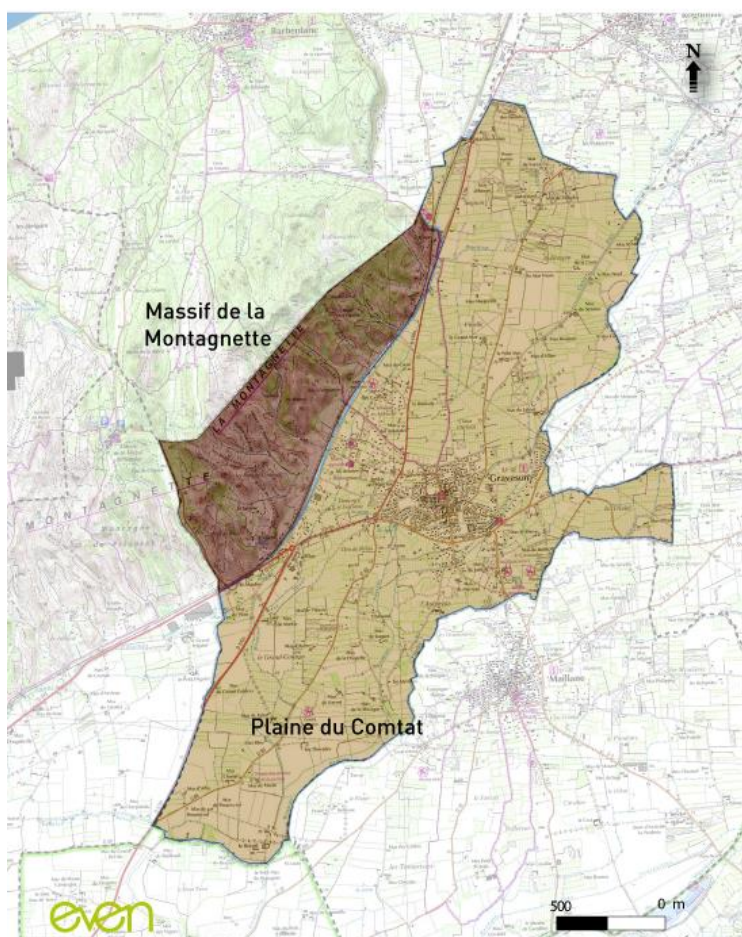
La Montagnette

A l'ouest de l'agglomération de Graveson, au-delà des espaces cultivés de la plaine agricole, le territoire communal s'étend sur le versant Est du massif de la Montagnette.

La Montagnette est une unité paysagère remarquable d'environ 4 000 hectares, relief calcaire, véritable îlot collinaire au cœur de la plaine agricole. Il constitue un espace d'aménités paysagères et écologiques, fortement fréquenté notamment autour de l'abbaye de Frigolet.

Des entités paysagères qui structurent le profil communal

PLU de Graveson - février 2016



A.1.2.1. Des éléments repères, points de vue et panoramas qui traduisent le paysage de Graveson

Le paysage de Graveson est un paysage fermé avec peu d'ouvertures extérieures et de perspectives visuelles, du fait de la présence de nombreuses haies de cyprès qui jouent le rôle de barrières visuelles sur le grand paysage.

Les vues principales sont à aller chercher sur les hauteurs de la Montagnette, d'où l'on peut embrasser la plaine. La Route d'Avignon offre elle aussi quelques échappées visuelles sur la massif collinaire, arrière-plan paysager.

Le bourg ancien appuyé sur son église et la place du canal correspond à l'image du village méditerranéen traditionnel, dont la perception est occultée par une façade peu valorisante, le long de la RD 570N et la RD 28.



A.1.2.2. Les entrées de ville, des secteurs clés du territoire

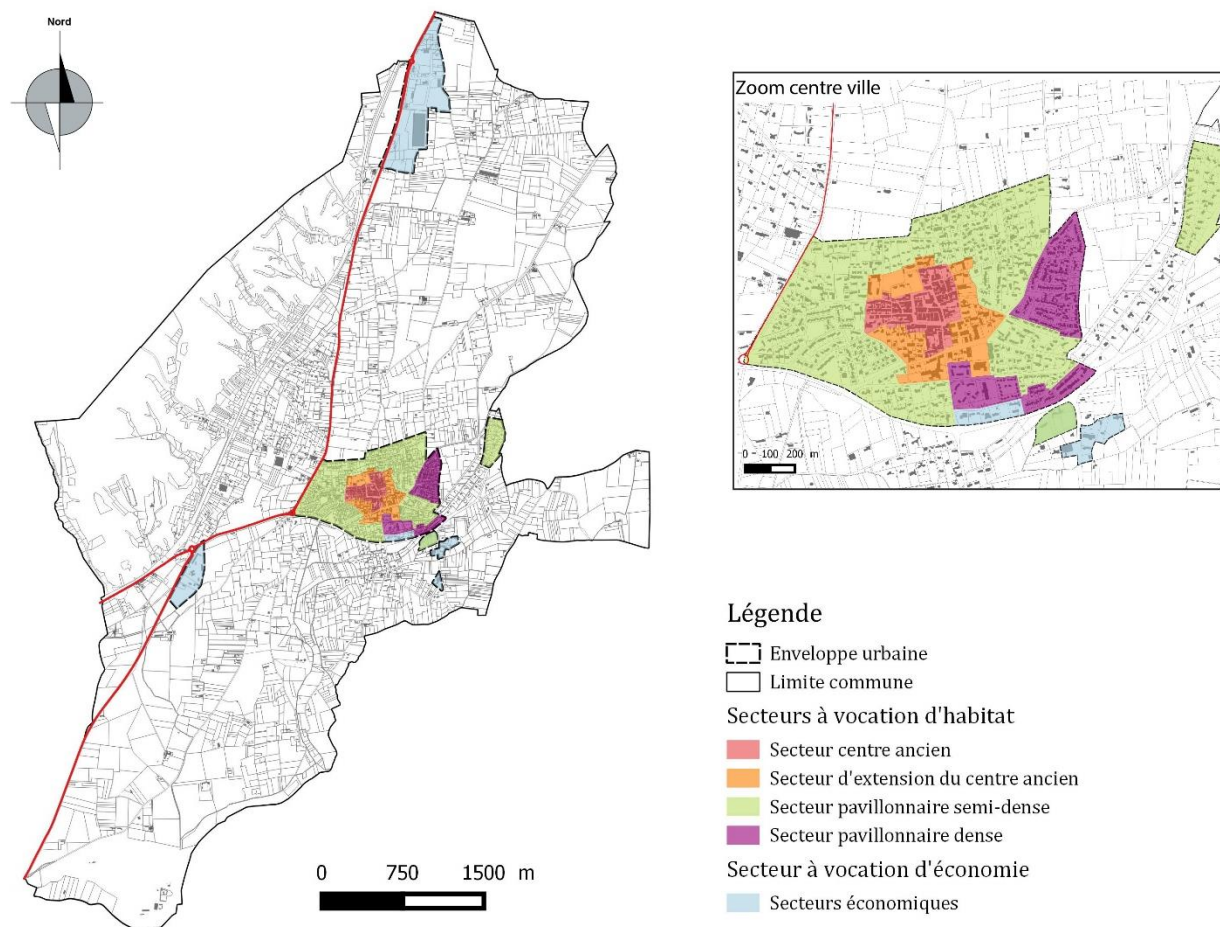
Graveson s'est pendant plusieurs siècles maintenu au sein de limites physiques facilement identifiables, ses remparts. Rendus inutiles depuis presque deux siècles, les remparts permettaient d'identifier clairement ce qui relevait du monde urbain et ce qui relevait du monde agricole. Aujourd'hui la lisibilité dans le paysage entre l'urbain et le rural est moins aisée, d'autant que le passage de grandes voies de circulation a transformé l'environnement de la commune et a accompagné parfois l'urbanisation de certains secteurs.

Par certains aspects, les entrées de ville de Graveson se sont transformées progressivement en entrées d'agglomération, du fait de la proximité d'Avignon, sans en avoir les caractéristiques techniques et urbaines.

Les deux axes principaux qui permettent d'accéder aux entrées de villes de Graveson sont la RD 570N, encore appelée route d'Avignon, et la RD 28, aussi appelée route de Châteaurenard. Ces deux voies ceignent littéralement le bourg au niveau Sud et Ouest du noyau centre.

A.1.3 | Contexte urbain

La commune peut être scindée en 5 grandes zones :



A.1.3.1. Secteurs mixtes :

Secteur 1 : le centre ancien





Il s'agit du **centre historique** de Graveson, qui accueille l'essentiel des fonctions urbaines de la commune, tant au niveau de la densité de **commerces, d'équipements publics, de services, ou encore d'habitat**.

L'identité médiévale du centre ancien est encore largement perceptible :

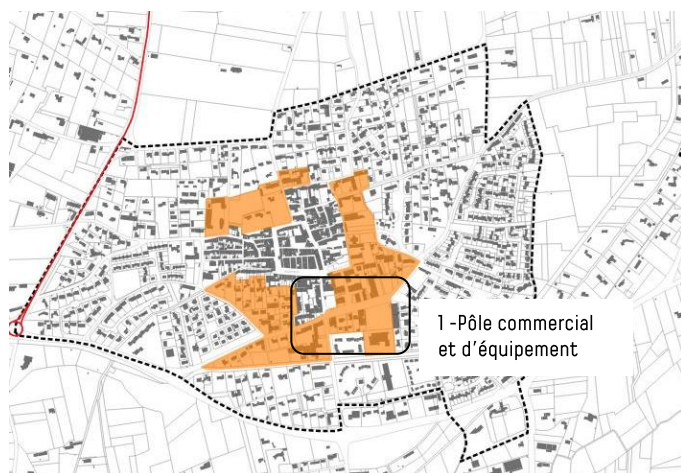
- Un bâti typique : maisons de villes de style traditionnel de type R+1, R+2, essentiellement, accolées les unes aux autres formant un front de bâti continu ;
- Un patrimoine architectural ancien remarquable : église, porte médiévale, vestige des anciens remparts ;
- un réseau viaire ancien et assez étroit.

Le centre-ville comporte quelques espaces publics. Il s'agit surtout du Cours National situé devant la mairie, récemment aménagé et son prolongement Est de l'autre côté de la rue de la Poste. Le centre constitue un pôle de centralité à l'échelle communale.

On recense une certaine concentration des équipements administratifs et de services dans le secteur (la Mairie, la Poste), les équipements scolaires et petite enfance de la commune (crèche/halte-garderie les lutins, école maternelle, écoles élémentaires) ainsi que l'office de tourisme.

Le centre ancien regroupe une offre de restauration, avec deux restaurants sur le cours National, et des commerces de proximité sur l'avenue Frédéric Mistral.

Secteur 2 : secteur d'extension du centre ancien



Le secteur d'extension du centre ancien est composé :

- d'un **pôle commercial et d'équipements** qui regroupe commerces et services ainsi qu'un ensemble d'habitat dense. Situé **autour de la place du marché**, on retrouve ainsi un supermarché, un pôle médical, une banque, un restaurant ainsi que le centre culturel de Graveson.

Ce site présente une forte mixité des formes urbaines et des fonctions : présence d'équipements communaux et de logements anciens et récents allant jusqu'à R+2.

- **le reste du secteur à vocation résidentielle** qui présente des formes d'habitat divers plus ou moins denses. Ce secteur comprend également quelques commerces et services de proximité tel qu'un maraîcher et un salon de coiffure.

Le secteur présente peu d'espaces publics en dehors de la place du marché qui joue le rôle de parking. Cette place a fait l'objet d'aménagements récents afin de mettre en valeur ce pôle de vie.

Le bâti de type ancien présente des caractéristiques d'habitat de faubourg traditionnel à préserver.



A.1.3.2. Secteur à vocation d'habitat :

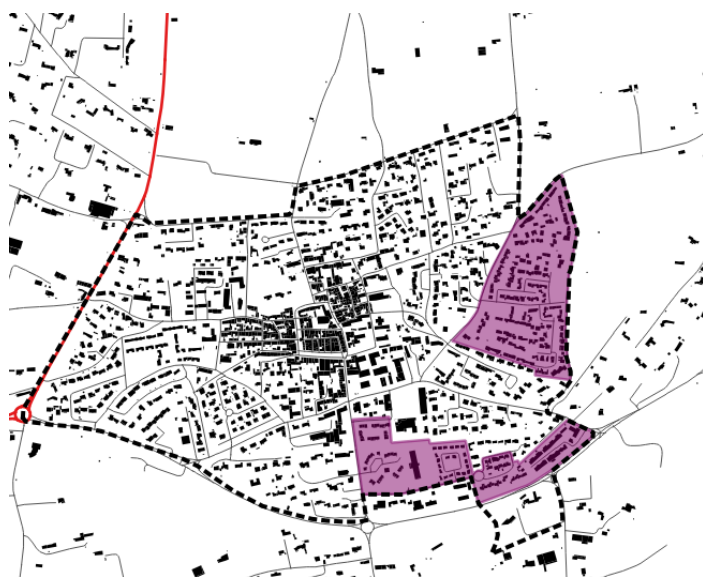
Secteur 3 : secteur pavillonnaire moyennement dense



Le secteur pavillonnaire moyennement dense correspond à un secteur à vocation résidentiel et correspond à la majorité de l'enveloppe urbaine de Graveson.

A l'inverse du secteur d'extension et du centre ancien, le secteur pavillonnaire pourrait être caractérisé de « monofonctionnel ». En effet, il s'agit d'un secteur résidentiel à vocation quasi-exclusive d'habitat.

Secteur 4 : secteur pavillonnaire dense



Le secteur pavillonnaire dense correspond à de l'habitat individuel groupé récent et de petits collectifs construits sous forme de ZAC (ZAC Li Cappuccino au Nord et arrière de la ZA de la Marjolaine, au sud).

A.1.3.3. Secteurs à vocation économiques

ZA du Sagnon :

Il s'agit d'un pôle d'activités de 35ha destiné aux entreprises commerciales, artisanales, industrielles, de service et de logistique.

Situé au Nord de Graveson, hors agglomération, en vitrine de la départementale 570N et au carrefour des communes de l'Ouest de la communauté d'agglomération, la zone d'activités du Sagnon possède une situation privilégiée.

Actuellement en cours de commercialisation, 50% de la zone est désormais occupée. La zone présente ainsi un potentiel foncier d'environ 15 ha environ. L'intégralité de la zone du Sagnon devrait être commercialisée à l'horizon 2020.

ZA du Cadillan

La zone économique du Cadillan est située route d'Arles, hors agglomération. Elle présente un potentiel de densification en dents creuses d'environ 3 ha et bénéficie d'une position privilégiée entre les départementales D570N et D970.

La zone de la Marjolaine

Cette zone se situe en frange urbaine de l'agglomération de Graveson, partie Sud. Elle borde la RD28 et présente une bonne visibilité depuis cet axe. Elle ne compte plus de potentiel foncier.

Les zones touristiques

Parmi les secteurs à vocation économique de Graveson, on compte deux zones à vocation touristique, qui sont classées en zone UT au PLU en vigueur.

Ces zones à vocation touristique abritent un camping, un jardin aquatique ainsi qu'un hôtel.

Ces activités sont situées hors agglomération et ne concernent pas d'activité « dérogatoires » au sens du code de l'environnement, en ce qui concerne l'affichage publicitaire.

A.1.4 | Contexte et enjeux patrimoniaux du territoire

A.1.4.1. Les sites classés et inscrits

Les sites classés ou inscrits sont des espaces ou formations naturelles remarquables dont la qualité appelle, au nom de l'intérêt général, la conservation en l'état (entretien, restauration, mise en valeur, etc.) et la préservation de toutes atteintes graves (destruction, altération, banalisation...).

La commune ne possède pas de site classé.

Le **massif de la Montagnette est un site inscrit** depuis le 17 décembre 1970.

A.1.4.2. Les monuments historiques

L'église paroissiale de la Nativité de la Vierge est un monument historique inscrit par arrêté du 2 novembre 1926. Cette église est bâtie sur les vestiges d'un temple antique et d'une église paléo-chrétienne.

L'abbaye de Saint Michel de Frigolet, bien que située sur le territoire de Tarascon, voit son périmètre de protection recouvrir une petite partie de Graveson, sur le massif de la Montagnette.



A.1.5 | Contexte viaire

De par sa position, à mi-chemin entre Avignon et Tarascon/Arles, les axes qui traversent Graveson constituent **un passage obligé** dans les déplacements domicile-travail en direction de l'agglomération avignonnaise et de Châteaurenard, mais également un **axe touristique majeur, en direction des Alpilles et de la Camargue**.

Le réseau routier permet ainsi de relier rapidement Graveson à Avignon (20 minutes), mais aussi d'accéder à Arles (28 minutes), Aix-en-Provence (1h) ou encore Marseille (1h15)

A.1.5.1. Le réseau routier

Les principaux axes routiers sont les suivants :

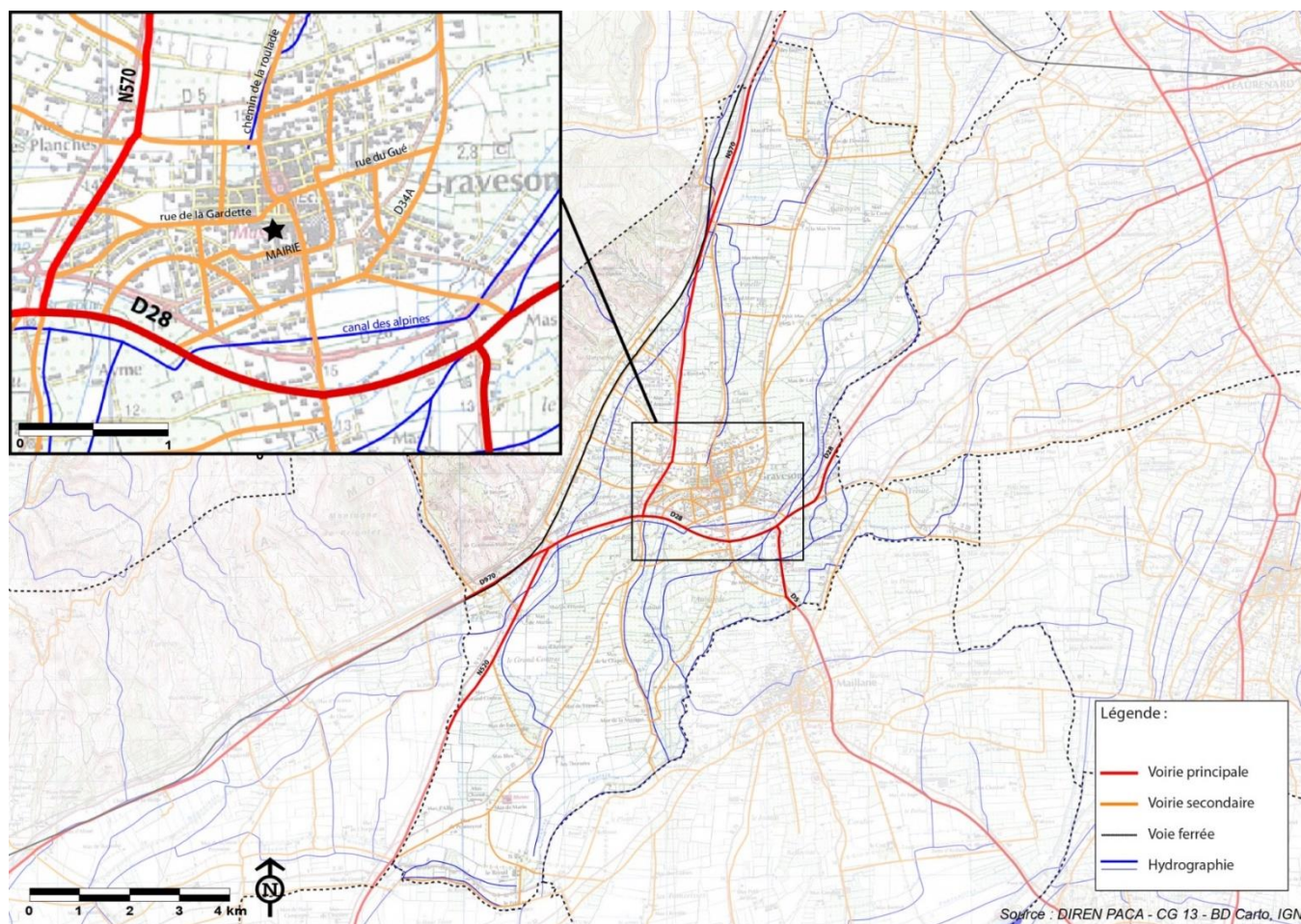
La route départementale D570N qui longe la voie ferrée et relie Tarascon à Avignon est une voie classée à grande circulation.

La D28 Graveson-Châteaurenard ceinture par le Sud le village de Graveson et pointe ensuite en direction du Nord Est, jusqu'à Châteaurenard.

Plusieurs axes secondaires permettent de relier les communes voisines de Rognonas, Eyragues, Barbentane et Maillane notamment : la D5, les D29, D34A, D75 et D77S. La D81 traverse la Montagnette, et relie l'abbaye de Saint Michel de Frigolet à Graveson.

A.1.5.2. Le réseau ferroviaire

Il est constitué par la voie ferrée Avignon-Marseille qui passe au pied du massif de la Montagnette. Il ne fait que passer sur le territoire communal, la gare ferroviaire n'étant plus desservie, depuis plusieurs années.



A.1.6 | Contexte économique du territoire

A.1.6.1. Les commerces et services

La commune dispose d'une offre en commerces et services de proximité satisfaisante et diversifiée. Les services de santé (présence de généralistes, podologue, infirmiers, kinesithérapeute, pharmacie, dentiste...), les services à la personne (présence de coiffeurs, autoécole, soin de beauté...), le secteur alimentaire (boulangeries, boucheries, supérette, restaurants...) et le secteur du bâtiment sont bien représentés.

Le secteur du tourisme est également présent : on compte sur la commune 7 restaurants, 3 hôtels et un camping.

A.1.6.2. Des créations d'entreprises dans le secteur des services

En 2014, 68,9% des entreprises créées relèvent du secteur des services, 22,2% du secteur de la construction, le reste se partageant les secteurs de l'administration et de l'industrie. Là encore, on constate que la part du secteur tertiaire de l'économie se renforce puisque plus des deux tiers des entreprises nouvellement créées sont actives dans ce secteur.



A.1.6.3. Une forte part de jeunes entreprises

Si près de 23% des entreprises installées sur la commune de Graveson en 2014 ont plus de dix années d'existence, 13% des entreprises sont installées depuis moins d'un an.

Il convient de noter à ce propos que Terre de Provence Agglomération (anciennement Communauté de Commune Rhône Alpilles Durance) dont est membre Graveson, accompagne et favorise la création d'emplois. C'est ainsi que la commune, en partenariat avec Terre de Provence Agglomération a créé un espace dédié à l'accueil de ces nouvelles entreprises par la création de zones d'activité, à l'instar de celle du pôle du Sagnon au Nord du territoire communal. Située à proximité des échangeurs de la future liaison Est-Ouest et de la gare TGV d'Avignon, cette zone d'activités de 35 ha est en cours de commercialisation et offre aux entreprises des possibilités d'implantation sur des surfaces de 1 000 m² à 40 000 m² environ.

La zone d'activité du Cadillan est présente au sud-est du territoire communal, à l'intersection des RD570n et RD970.

Enfin, la zone d'activité de la Marjolaine est située à proximité du centre ancien, le long de la D28.

A.1.6.4. L'offre touristique

La commune dispose d'une offre hôtelière comprenant deux hôtels trois étoiles, ce qui lui confère une capacité de 46 chambres. L'offre de camping se limite à un terrain proposant 65 emplacements.

La commune bénéficie d'un potentiel de valorisation touristique, à proximité de sites touristiques d'Avignon et d'Arles.

A.1.6.5. L'agriculture

Graveson est situé dans une région ancrée depuis plusieurs siècles dans l'agriculture, par la mise en place d'un réseau d'irrigation très dense dès le XVI^{ème} siècle, qui a contribué au développement d'une agriculture très productiviste. La proximité des Marchés d'Intérêt Nationaux d'Avignon et de Châteaurenard, souligne l'importance de ce secteur.

La commune de Graveson appartient aux aires géographiques des AOP « Taureau de Camargue » et « Huile d'olive de Provence ».

Les modes d'écoulement de la production varient. Si la proximité du MIN (marché d'intérêt national) de Châteaurenard peut faciliter la vente, ainsi que le recours à la coopérative qui est utilisée, la part de la vente directe des produits prend une place chaque année plus conséquente. A l'échelle de Graveson, au regard du recensement agricole réalisé en 2010, les exploitations dont la taille moyenne est inférieure à 20 hectares, sont majoritaires et représentent 80% des exploitations.

Les préenseignes dérogatoires constituent ainsi un enjeu important sur le territoire (toutefois non règlementées dans le RLP).

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

Orientation 1 : Préserver le capital agricole et naturel, valoriser le patrimoine rural, construire la trame verte et bleue du territoire

Objectif 1 : Contenir l'urbanisation et définir ses limites à long terme

Ainsi, il s'agit de :

- contenir le développement de l'urbanisation à vocation résidentielle dans l'enveloppe urbaine existante ;
- affirmer des limites d'urbanisation à long terme : la route d'Avignon à l'ouest et la route de Châteaurenard au sud et à l'est (en dehors des secteurs d'urbanisation existante) ;
- maintenir sans extension les zones économiques existantes.

Objectif 2 : Maintenir le patrimoine agricole et préserver le patrimoine rural

Objectif 3 : Protéger et valoriser les sites naturels (Montagnette, ...)

Objectif 4 : Construire la trame verte et bleue du territoire

Objectif 5 : Valoriser le caractère paysager des grands axes routiers

Le caractère paysager des abords des axes routiers traversant la commune de Graveson (RD 570N et RD 28) revêt la typicité des entrées de ville au paysage de plaine agricole provençale. Allées de platanes, haies de cyprès, vergers et vues sur les massifs environnants sont à valoriser.

Ainsi, le PADD s'applique à définir les principes suivants pour garantir un maintien du paysage gravesonnais le long de ces axes :

- recourir nécessairement à des études d'entrée de ville en vue de tout aménagement,
- apporter un soin paysager aux vitrines urbaines intégrées à l'environnement,
- **limiter l'implantation de panneaux publicitaires le long des axes et traversées routière, qui impactent aujourd'hui la qualité de perception du village. Ceci à travers l'élaboration d'un règlement local de publicité.**

Orientation 2 : Affirmer le caractère villageois de la commune

Objectif 1 : Organiser le développement dans l'enveloppe urbaine existante

Objectif 2 : Maintenir un cœur de village provençal dynamique

- Poursuivre le développement des équipements, services et commerces de proximité au cœur du village ou à proximité immédiate

Le maintien des commerces de proximité existants sur la commune est primordial. Il s'agit de poursuivre le développement de l'offre commerciale essentiellement dans le centre ancien et autour de la place du marché.

En matière d'équipements publics, il s'agira de conforter les différents pôles d'équipements pour adapter l'offre aux besoins d'une population en croissance, en particulier :

- Le pôle d'équipements sportifs et de loisirs au Nord ;
- Le pôle socio-culturel au sud du centre ancien (centre culturel) ;
- Le pôle du centre ancien
- Poursuivre les actions de valorisation du centre ancien

Différents aménagements sur les espaces publics des différentes rues, ruelles et places en centre ancien pourront participer à la mise en valeur du centre historique, dans le sillage de la requalification du Cours National récemment réalisée.

- Proposer une offre de logements suffisante et diversifiée

Objectif 3 : Organiser une desserte apaisée

Objectif 4 : Intégrer le risque dans le développement urbain

Orientation 3 : Maintenir l'économie traditionnelle et encourager la diversification des activités

Objectif 1 : Soutenir l'agriculture et encourager le développement de nouvelles filières

Objectif 2 : Maintenir les zones d'activités

La commune de Graveson possède plusieurs zones d'activités existantes ou en cours de développement qui sont pourvoyeuses d'emplois locaux. Le PLU ne prévoit aucune création nouvelle de zones d'activités. Il s'agira, principalement de :

- Finaliser le développement de la zone d'activité communautaire du Sagnon
- Maintenir la zone d'activité communale de la Marjolaine ;
- Permettre le maintien des activités diffuses existantes sur la commune (concerne essentiellement l'artisanat).

Objectif 3 : Encourager le développement d'une offre touristique diversifiée

Située à proximité de pôles touristiques de grande envergure (Avignon, Arles, St Remy-de-Provence, site des Alpilles...), la commune souhaite encourager le développement d'une économie touristique sur son territoire.

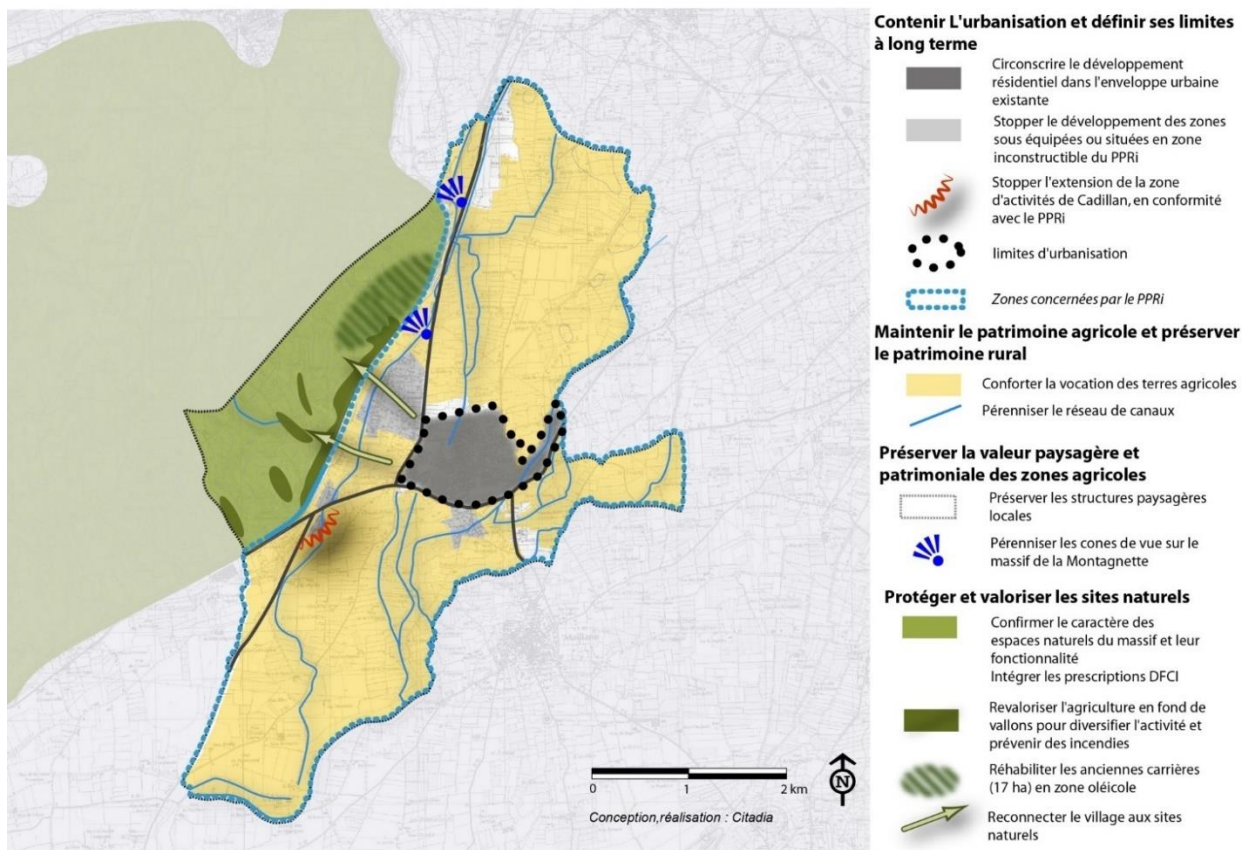
Le développement d'une nouvelle offre touristique autour de plusieurs projets de petites tailles et de qualité urbaine et paysagère constitue une opportunité de développement économique et de création d'emplois pour la commune. Dans cet objectif, la commune souhaite :

- sur près de 6 ha, poursuivre le développement du principal site d'accueil touristique situé au Sud de la commune (RD 5 entre le centre bourg et la commune de Maillane) qui accueille actuellement un camping et un "jardin aquatique" ;
- diversifier l'offre d'hébergement par la constitution d'une offre ciblée « tourisme vert » autour de l'activité agricole et la valorisation du patrimoine bâti agricole (mas à caractère patrimonial notamment).

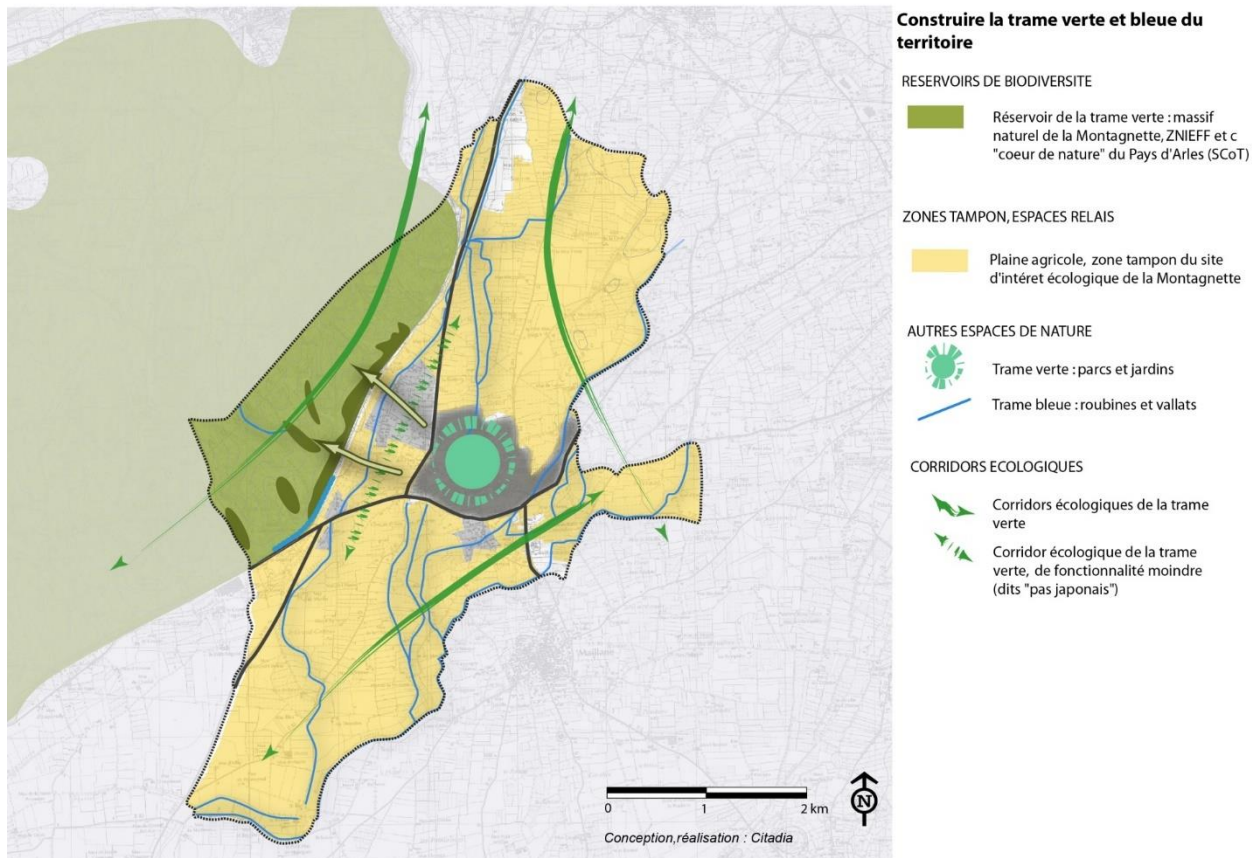
Objectif 4 : Mettre en place une véritable politique de développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Objectif 5 : Promouvoir le développement des énergies renouvelables et la performance énergétique des nouveaux bâtiments

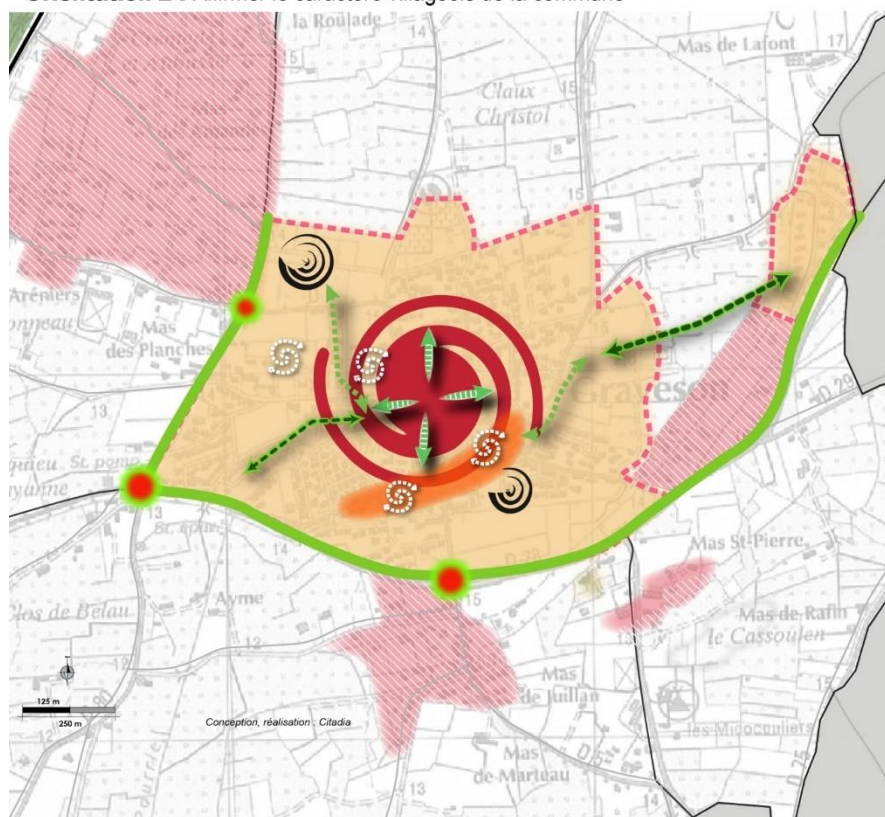
Orientation 1 : Préserver le capital agricole et naturel, valoriser le patrimoine rural, construire la trame verte et bleue du territoire



Orientation 1 : Construire la trame verte et bleue du territoire



Orientation 2 : Affirmer le caractère villageois de la commune



Organiser le développement dans l'enveloppe urbaine existante

- Optimiser les espaces bâtis
- Zone à caractère naturel habité : limiter l'urbanisation aux seules extensions de maison
- Axe structurant de renouvellement urbain le long de l'avenue Auguste Chabaud

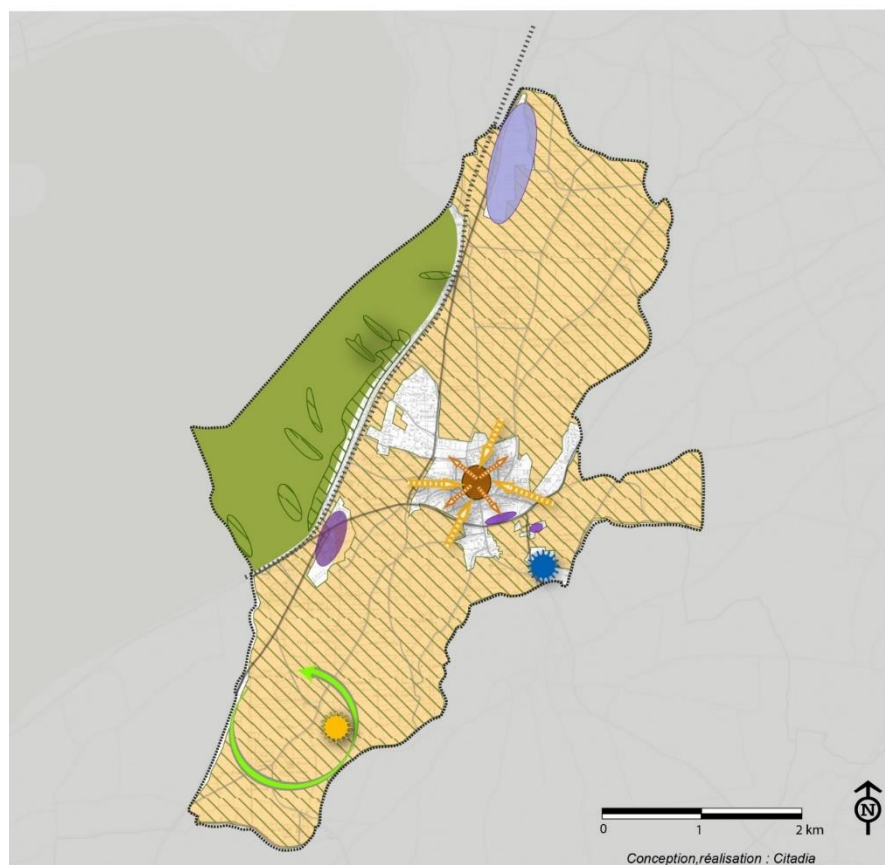
Maintenir un coeur de village provençal dynamique

- Secteur privilégié de renouvellement urbain et de maintien des activités
- Conforter les pôles d'équipements sportifs et culturels
- Produire une offre de logements suffisante et diversifiée (principaux sites de développement)

Apaiser le trafic en milieu urbain

- Requalifier les axes de transit en véritables boulevards urbains (circulation apaisée et sécurisée)
- Organiser un réseau de cheminements doux à partir de l'espace piétonnier du coeur de village
- Sécuriser les principaux carrefours
- Connecter le centre bourg aux secteurs d'habitat périphérique
- Relier les principaux pôles d'équipements

Orientation 3 : Maintenir l'économie traditionnelle et encourager la diversification des activités



Soutenir l'agriculture

- Maintenir l'agriculture traditionnelle et encourager le développement de la filière biologique
- Encourager le développement des circuits courts

Maintenir et développer les zones d'activités

- Optimiser le développement de la ZA du Sagnon
- Maintenir les zones économiques existantes

Encourager le développement d'une offre touristique diversifiée

- Conforter le principal pôle d'accueil touristique
- Développer un pôle développement durable autour du musée des Arômes
- Promouvoir le développement des bio énergies

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.

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

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

La commune de GRAVESON est concernée par la réglementation relative aux agglomérations « **de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants** » (Unité urbaine d'Avignon, 450 000 habitants).

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

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.

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

***Méthodologie pour identifier le périmètre d'agglomération « physique » dans le cadre des enjeux du RLP :** zones agglomérées, dont le tissu urbain présente une certaine densité, et dont au moins une partie est située en aval d'un panneau d'entrée d'agglomération.*

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, de manière générale : « 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 publicités apposées au sol 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.

- Les **interdictions relatives**, le RLP pourra déroger aux interdictions (L581-8 du CE)

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

Jusqu'à l'entrée en vigueur [1er janvier 2020], selon les modalités fixées au I de l'article 112 de la loi n° 2016-

*100 de la même loi, le 5° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement est ainsi rédigé : " 5° **A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits au titre des monuments historiques ou mentionnés au II de l'article L. 581-4** ".*

- 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.

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

	Nom des sites concernés sur la commune
Interdictions absolues	
Monuments historiques (classés et inscrits)	Un monument historique sur Graveson : église paroissiale de la Nativité de la Vierge

Interdictions relatives	
Abords monuments historiques (classés et inscrits) – périmètre de 100m et dans le champ de visibilité	Un monument historique sur Graveson : église paroissiale de la Nativité de la Vierge
Sites inscrits	« La Montagnette » (site inscrit)

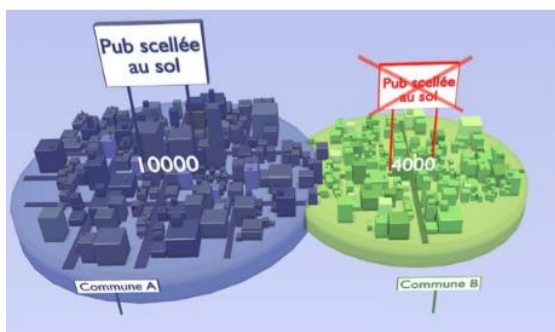


Schéma du périmètre d'agglomération de la commune de Graveson et périmètre monument historique

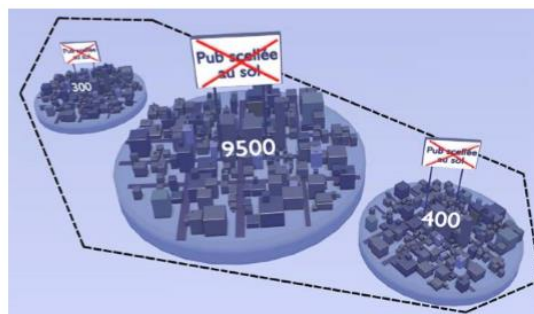
A.2.3 | Les règles relatives à la taille des agglomérations

La notion « géographique » d'agglomération doit être distinguée de la notion « démographique » d'agglomération.

Constitue une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes, même si l'une jouxte l'autre. Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, la population doit être décomptée dans chacune d'entre elles. (Source : guide du ministère de l'écologie).



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.



La population de la commune (pointillée) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

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 GRAVESON est concernée par une agglomération « de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ».

L'unité urbaine d'Avignon à laquelle est intégrée Graveson compte environ 448 100 habitants au recensement de 2012.

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 m² (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.);
- ▶ 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

- **Dimensions** : 12 m², 8 m² pour les dispositifs numériques ou lumineux
- 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 domaine public :

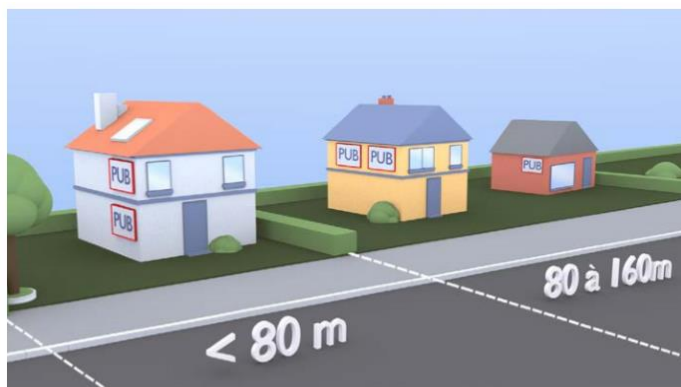
- 1 dispositif par tranche de 80 m

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.



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.

Extrait Guide du ministère de l'écologie – 2012
Types de mobilier urbain concernés par le Code de l'Environnement

- **Règles d'extinction nocturne** : de 1h à 6 heures du matin, sauf exceptions.
- 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.) ;

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 : 6 m²
 - Dispositifs en façade : surface cumulée limitée à 15%, sauf exception (25% si la surface de la devanture commerciale est inférieure à 50 m²)
 - Toiture : 60 m²
- ▶ Hauteur : 8m ou 6,5 m pour les dispositifs au sol
- ▶ Les enseignes en toitures doivent être en lettres et signes découpés.

A.3 | Etat des lieux et enjeux publicitaires

A.3.1 | Etat des lieux

La commune de Graveson est aujourd'hui peu concernée par de l'affichage de type publicité. En revanche, plusieurs axes et espaces sont concernés par la présence de préenseignes et enseignes.

Les préenseignes sont dominantes le long de la RD28, axe situé en frange urbaine, hors agglomération. Sur cet axe, la grande majorité des préenseignes est aujourd'hui illégales au regard de la réglementation nationale qui interdit toute publicité autre que dérogatoire hors agglomération.

Cet axe présente également un grand nombre d'enseignes, sur le tronçon longeant la zone d'activités de la Marjolaine.

La route d'Avignon présente le même profil en termes de présence de préenseignes et d'enseignes au sol, même si en moins grande densité.

Ainsi :

- Les dispositifs de type **préenseignes** sont essentiellement recensés sur les secteurs :
 - Route de Châteaurenard (RD28)
 - Route d'Avignon (RD 570N)

Le centre ancien et ses abords présentent des préenseignes de façon ponctuelle. La signalétique d'information locale est l'outil dominant sur ce secteur. La publicité y est quasi absente.

- Les dispositifs de type **enseignes** sont essentiellement recensés sur les secteurs :
 - Centre ancien
 - Pôle du U express, centre socio-culturel, Avenue du Général de Gaulle
 - RD28 et RD570N (Route d'Avignon)
 - ZA de la Marjolaine située au sein de l'enveloppe urbaine
 - ZA du Sagnon et ZA de Cadillan, situées hors agglomération.

A.3.2 | Conformité au regard des périmètres réglementaires

Les non-conformités sur le territoire communal relèvent des règles suivantes :

A.3.2.1. Publicité, préenseignes :

- **Notion agglomération / hors agglomération : des dispositifs illégaux hors agglomération.**

Les principaux secteurs concernés sont la RD28 et la route d'Avignon (D570n) où sont installés un grand nombre de publicité et préenseignes non dérogatoires.

Cette notion reste la principale non-conformité au regard de la réglementation nationale (plus d'une trentaine de panneaux concernés).

Exemples :



Préenseignes
Publicité

D28



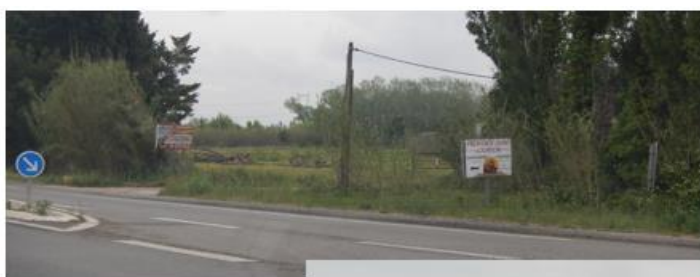
Préenseignes

Préenseignes

D28

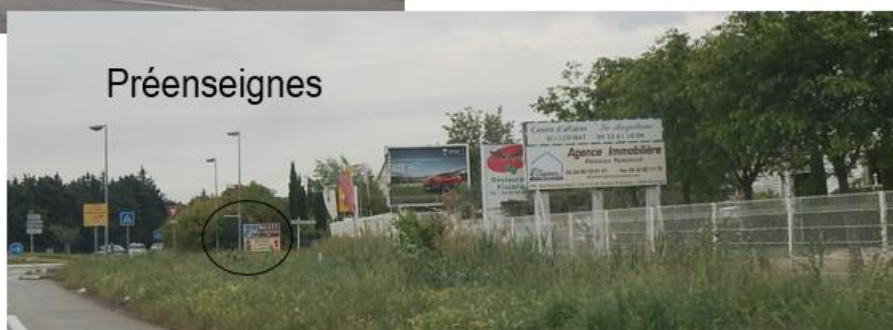


D28 – Rond point Ouest



Préenseignes

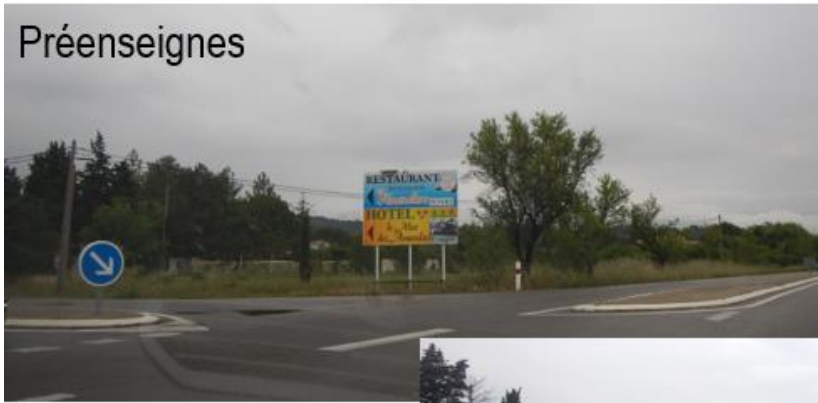
D28



Préenseignes

Préenseignes

D570N



- **Les préenseignes dérogatoires, dont la densité et l'implantation n'est pas conforme**

Exemple le long de la D5, densité supérieure à 2 et implantation de certains dispositifs sur des arbres



- **Quelques préenseignes en agglomération, dont la densité et l'implantation n'est pas conforme** (non-conformité minoritaire, 3 dispositifs concernés)

Exemple boulevard du Général de Gaulle, densité supérieure à 2 et implantation de certains dispositifs plus bas que 50 cm.

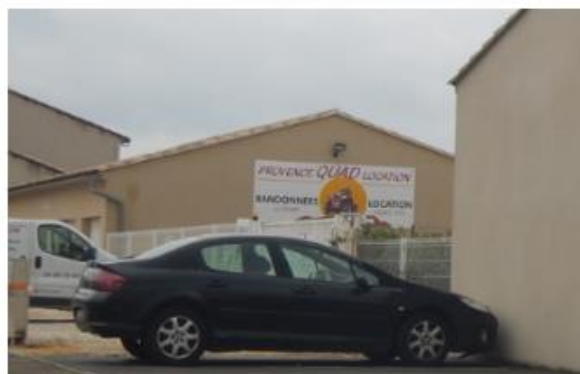


A.3.2.2. Enseignes

- Des implantations non conformes : dépassement des limites du mur ou de l'égout du toit



Dispositif sur mur
Interdit si dépassement des
limites du mur ou toit



D28

- Des dimensions parfois supérieures à celles autorisées (6 m² au sol maximum)



Route du Cassoulen

- Une densité parfois supérieure à celle autorisée (1 dispositifs au sol de plus de 1m² maximum)



D28

A.3.3 | Les secteurs à enjeu

A.3.3.1. RD28 et RD570n (Route de Châteaurenard et Route d'Avignon)

Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :

- ▶ Principales traversées viaires de la commune
- ▶ Principales entrées de ville de la commune, axes situés en frange urbaine sur lesquels sont raccordés les principales pénétrantes urbaines (Avenue Général de Gaulle, rue Lieutenant Atger, Avenue Auguste Chabaud, Avenue de Verdun, Chemin de la Bergerie).
- ▶ La zone d'activités de la Marjolaine longe la RD28, avec des entreprises visibles depuis la voie, situées en frange urbaine.

Dispositifs publicitaires présents :

- ▶ Préenseignes au sol
- ▶ Enseignes au sol

Objectifs PADD sur le secteur

- ▶ Valoriser le caractère paysager des grands axes routiers
- ▶ Axe de transit à requalifier en véritable boulevard urbain

Publicités / Préenseignes

Etat des lieux publicitaire :

- ▶ Forte densité de préenseignes, qui se succèdent le long de ces axes

Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
RD28 et Route d'Avignon	Publicité/préenseignes INTERDITES sauf dispositifs dérogatoires.

- ▶ Les dispositifs présents autres que dérogatoires sont amenés à disparaître.



Préenseignes
Publicité

D28



Préenseignes

Enseignes

Etat des lieux publicitaire :

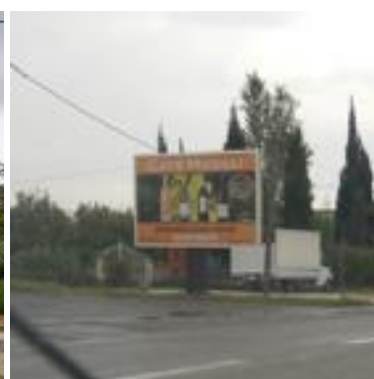
Dispositifs rencontrés :

- ▶ Essentiellement **dispositifs au sol** : scellés au sol et oriflammes. Elles correspondent aux enseignes les plus visibles depuis les 2 axes routiers.
- ▶ Quelques dispositifs sur clôture aveugle, apposés parallèlement à la voirie
- ▶ Quelques enseignes en façade, là où ces dernières sont visibles depuis la voie.
- ▶ **La majorité des dispositifs sont aujourd'hui conformes à la réglementation nationale**





- Quelques dispositifs aujourd'hui non conformes à la réglementation nationale : dimension d'enseignes scellées au sol supérieure à 6m²



Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
RD28 et Route d'Avignon	Au sol : 6 m² Densité limitée : 1 dispositif au sol de plus de 1m² 6,5 ou 8m de hauteur max En façade : surface limitée à 15 ou 25% de la surface de la devanture commerciale, selon les cas Dépassement des limites du mur interdit.

- Peu de non-conformités au regard de la réglementation nationale
- Une densité supérieure à 1 dispositif de plus de 1m² pour une activité
- Des enjeux qui persistent

POINTS NOIRS PAYSAGERS :

- ▶ Des enseignes dont la superficie autorisée reste importante, non cohérente à l'environnement paysager, plutôt rural, de ces axes routiers > pollution visuelle « urbaine » au cœur de la plaine, le long de ces axes où la qualité paysagère joue un rôle essentiel dans l'attractivité touristique du village et du Pays d'Arles.
- ▶ Des dimensions très hétérogènes qui augmente la sensation de densité et perturbe la lisibilité des entreprises.

ATOUS / POINTS FORTS :

- ▶ La qualité paysagère de ces axes routiers, au caractère plutôt rural et arboré.

Enjeux

- ▶ **Un potentiel de visibilité économique à conserver ...** : des enseignes installées le long de la façade urbaine qui participent à la visibilité des entreprises de la zone d'activités de la Marjolaine située à l'arrière de la RD28, et des quelques commerces en amont de la route d'Avignon.
Au regard du recul des bâtiments d'activités, le maintien d'enseignes au sol reste essentiel pour assurer la visibilité des entreprises.
- ▶ **... mais une image d'entrée de ville et de traversée urbaine à améliorer, afin de valoriser l'attractivité de la commune et du territoire dans son ensemble.**
- ▶ Anticiper le déplacement de certains dispositifs non conformes à la réglementation nationale en 2018.

Des besoins de remplacement/relocalisation de dispositifs qui ne seront plus conformes en 2018



A.3.3.2. Le centre ancien et ses abords

Caractéristiques de la zone (vocation(s)) :

- ▶ Pôle mixte habitats – commerces – équipements publics.

Centre historique :

- ▶ Entreprises présentes : restaurants, fleuriste, tabac-presse, Poste, coiffeur, banque...
- ▶ Equipements : médiathèque, mairie, ...

Boulevard du Général De Gaulle :

- ▶ Entreprises présentes : restaurants, optique, pharmacie, supermarché, garage, ...
- ▶ Equipements : centre culturel

Dispositifs publicitaires présents :

- ▶ Enseignes en façade, peu d'enseignes au sol (chevalets mobiles uniquement)
- ▶ Préenseignes essentiellement de type Signalétique d'Information Locale

Objectifs PADD sur le secteur

- ▶ Poursuivre le développement des équipements, services et commerces de proximité au cœur du village ou à proximité immédiate
- ▶ Confortement des pôles d'équipements, dont centre culturel.
- ▶ Poursuivre les actions de valorisation du centre ancien

Publicités / Préenseignes

Etat des lieux publicitaire :

- ▶ Pas de publicité recensée
- ▶ Peu de dispositifs de type préenseignes, utilisation principale de la Signalétique d'information locale. Quelques dispositifs autres, de petite superficie, apposés en façade (minoritaires).

Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
Agglomération	Publicité/préenseignes autorisée jusqu'à 12 m². Autorisée sur tout type de support. Pas d'interdiction au sol contrairement aux communes situées dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants. Interdiction dans le périmètre de 100 m et dans le champ de visibilité autour de l'église.

- ▶ Des possibilités larges offertes par la réglementation nationale alors que Graveson dispose aujourd'hui de peu de dispositifs de ce type dans l'agglomération.

Enseignes

Etat des lieux publicitaire :

- ▶ Enseignes en façade de bâti et sur auvent essentiellement
- ▶ Peu d'enseignes au sol hormis quelques chevalets pour les restaurants
- ▶ Des enseignes de qualité, avec une utilisation importante de lettres découpées ou peintes sur façade pour les enseignes « principales »
- ▶ Utilisation essentiellement d'enseignes sur bandeau de fond pour les enseignes « secondaires » (affichage, horaires d'ouverture, menus, ...)
- ▶ Une densité maîtrisée, avec entre 2 et 3 enseignes par façade, dont une en potence ou sur auvent.

Exemple d'utilisation du métal, lettres découpées, dans le centre historique :



Utilisation de lettres découpées sur le cœur de village élargi (Avenue Général de Gaulle) :



Utilisation d'enseignes en potence/drapeau dans le cœur historique _ Utilisation de plaque avec lettres découpées ou de fer forgé :



Enseignes peintes en façade :



Enseignes sur auvent :



Enseignes avec bandeau de fond pour certains dispositifs (enseignes « secondaires »)





En termes de densité, il est essentiellement rencontré 2 enseignes par façade.



Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
Agglomération	Au sol : 6 m² Densité limitée : 1 dispositif au sol de plus de 1m² 6,5 ou 8m de hauteur max En façade : surface limitée à 15 ou 25% de la surface de la devanture commerciale, selon les cas Dépassement des limites du mur interdit.

- ▶ Peu de non-conformités au regard de la réglementation nationale
- ▶ Une qualité de certains dispositifs qui va plus loin que la réglementation nationale, à préserver
- ▶ Des enjeux qui persistent sur certaines ruelles

POINTS NOIRS PAYSAGERS :

- ▶ Une hétérogénéité dans l'implantation des enseignes en drapeau/potence, que l'on trouve apposées à des hauteurs de sol différentes, en rez de chaussée ou aux étages (au-dessus du niveau bas des appuis de fenêtres généralement). Cette diffusion en hauteur brouille l'espace visuel et la lisibilité du patrimoine bâti.
- ▶ Une qualité médiocre de certains dispositifs, avec des supports visibles, des couleurs peu harmonieuses avec l'environnement bâti ou diverses, en particulier dans le centre ancien (utilisation du blanc, couleurs primaires, ...)



ATOUTS / POINTS FORTS :

- ▶ Un centre historique de qualité, un patrimoine bâti remarquable
- ▶ Des espaces récemment valorisés ou en cours (d'un point de vue aménagement urbain).

Enjeux

Publicité/préenseignes :

- ▶ Préserver la qualité du cadre de vie : maintenir une publicité très limitée
- ▶ Poursuivre le développement de la Signalétique d'Information Locale (SIL)

Enseignes :

- ▶ **Préserver l'identité du centre ancien et ses abords**, avec des enseignes de faible densité, cohérentes avec l'échelle de l'environnement bâti ; et un espace urbain libéré de tout dispositif au sol.
- ▶ **Renforcer la qualité de perception du patrimoine bâti** en améliorant la lisibilité des façades (enseignes en potence/drapeaux notamment)
- ▶ **Conserver un potentiel de visibilité pour les activités locales** (commerces, services, équipements, ...)

A.3.3.3. Les quartiers d'habitat

Publicités / Préenseignes

Etat des lieux publicitaire :

- ▶ Pas de publicité recensée
- ▶ Peu de dispositifs de type préenseignes.

Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
Agglomération	Publicité/préenseignes autorisée jusqu'à 12 m². Autorisée sur tout type de support. Pas d'interdiction au sol contrairement aux communes situées dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants.

- ▶ **Des possibilités larges offertes par la réglementation nationale alors que Graveson dispose aujourd'hui de peu de dispositifs de ce type dans l'agglomération.**

Enseignes

Etat des lieux publicitaire :

- ▶ Peu de dispositifs recensés, essentiellement enseignes en façade pour les activités isolées.

Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
Agglomération	Au sol : 6 m² Densité limitée : 1 dispositif au sol de plus de 1m² 6,5 ou 8m de hauteur max En façade : surface limitée à 15 ou 25% de la surface de la devanture commerciale, selon les cas Dépassement des limites du mur interdit.

- ▶ **Des possibilités larges offertes par la réglementation nationale alors que Graveson dispose aujourd'hui de peu de dispositifs de ce type dans l'agglomération.**

POINTS NOIRS PAYSAGERS :

- ▶ -

ATOUPS / POINTS FORTS :

- ▶ Peu de pollution visuelle dans ces quartiers

Enjeux

- ▶ **Préserver l'identité des quartiers d'habitat, à l'écart de toute pollution visuelle publicitaire**
- ▶ **Conserver un potentiel de visibilité nécessaire pour les activités isolés (enseignes).**

A.3.3.4. Hors agglomération (plaine agricole, ZA du Sagnon et ZA Cadillan)

Publicités/préenseignes : interdites hors agglomération.

Enseignes :

Etat des lieux publicitaire :

- ▶ Des enseignes en façade et au sol pour des activités isolées au sein de la plaine agricole ou au sein des zones d'activités

Principales règles applicables sur la zone – Conformité au regard de la RNP

	Règlementation nationale
Hors agglomération	Au sol : 6 m ² Densité limitée : 1 dispositif au sol de plus de 1m ² 6,5 ou 8m de hauteur max En façade : surface limitée à 15 ou 25% de la surface de la devanture commerciale, selon les cas Dépassement des limites du mur interdit.

POINTS NOIRS PAYSAGERS :

- ▶ Des enseignes en façade globalement de bonne qualité
- ▶ Des enseignes au sol souvent de grande dimension, certaines surdimensionnées au regard de la réglementation nationale.

ATOUPS / POINTS FORTS :

- ▶ Une plaine agricole à forte qualité paysagère, au sein d'un site très touristique.



Route du Cassoulen



ZA du Cadillan



RD570N

Enjeux

- ▶ **Préserver l'identité rurale de la plaine agricole**
- ▶ **Préserver la qualité de perception de cette plaine agricole, en limitant l'impact visuel des enseignes, tout en assurant la visibilité des entreprises**

A.3.4 | Synthèse des enjeux

Publicité/préenseignes

- ▶ **Assurer la suppression des dispositifs interdits hors agglomération**
- ▶ **Préserver la qualité du cadre de vie dans l'agglomération : maintenir une publicité très limitée**
- ▶ **Poursuivre le développement de la Signalétique d'Information Locale (SIL)**

Enseignes :

- ▶ **Améliorer l'image d'entrée de ville et de traversée urbaine, afin de valoriser l'attractivité de la commune et du territoire dans son ensemble.**
- ▶ **Préserver l'identité du centre ancien et ses abords**, avec des enseignes de faible densité, cohérentes avec l'échelle de l'environnement bâti ; et un espace urbain libéré de tout dispositif au sol.
- ▶ **Renforcer la qualité de perception du patrimoine bâti** en améliorant la lisibilité des façades (enseignes en potence/drapeaux notamment)
- ▶ **Préserver la qualité de perception de cette plaine agricole, en limitant l'impact visuel des enseignes, tout en assurant la visibilité des entreprises**
- ▶ **Conserver un potentiel de visibilité pour les activités locales**

PARTIE B – AMBITIONS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Trois grandes ambitions sont définies :

- ▶ Ambition 1 - Revaloriser l'image de la commune le long des axes bordants le village
- ▶ Ambition 2 - Préserver le cadre de vie et le caractère villageois de Graveson
- ▶ Ambition 3 - Pérenniser la qualité paysagère de la plaine du Comtat

Ambition 1 –

Revaloriser l'image de la commune le long des axes bordant le village

La commune de Graveson compte une densité importante de publicités et préenseignes illégales le long des routes départementales 28 et 570n, aujourd'hui encore en place. Face à la pollution visuelle engendrée, l'élaboration du règlement local de publicité va permettre de **faciliter la suppression des dispositifs interdits hors agglomération**, à travers un pouvoir de police transféré à la commune,

En ce qui concerne les enseignes, plusieurs installées le long de la façade urbaine participent à la visibilité des entreprises de la zone d'activités de la Marjolaine située à l'arrière de la RD28, et des quelques commerces en amont de la route d'Avignon. Ces enseignes, conformes, présentent aujourd'hui des superficies autorisées qui semblent non adaptées à l'identité villageoise et à l'environnement paysager de la commune. De plus, l'hétérogénéité des formes perturbent la lisibilité paysagère de ces axes périurbains.

Ainsi, la commune de Graveson a pour objectif :

- ▶ **De maintenir les possibilités offertes par la réglementation nationale en ce qui concerne l'installation d'enseignes au sol**, nécessaire le long de ces deux axes où les activités sont situées en retrait de la voie.
- ▶ **D'encadrer la forme des dispositifs pour améliorer la cohérence d'ensemble et la lisibilité des différentes entreprises.**

Ambition 2 –

Préserver le cadre de vie et le caractère villageois de Graveson

L'agglomération de Graveson compte aujourd'hui une densité limitée de dispositifs publicitaires. La publicité quasi absente et les enseignes peu volumineuses participent à la qualité du cadre de vie et à l'attractivité du village. La richesse bâtie du centre ancien constitue un patrimoine à préserver, les enseignes jouent aujourd'hui un rôle essentiel dans la qualité de perception de ce patrimoine.

Les objectifs affichés sont les suivants :

- ▶ **Préserver et mettre en valeur le patrimoine de la commune,**
- ▶ **Assurer la qualité paysagère des espaces urbanisés et des futurs secteurs de projet** (exemple : projet de pôle résidentiel-commercial sur l'ancien site Citroën), **éviter toute pollution visuelle** engendrés par une surdensité et diversité d'implantation de dispositifs.

Ceci tout en trouvant un **compromis** entre **préservation du paysage/patrimoine** et **visibilité/attractivité des activités locales**.

Ainsi, dans la lignée des usages actuels, il s'agit de :

- ▶ **Interdire toute publicité de grande dimension au sein de l'agglomération** : maintenir les usages actuels, avec une publicité très limitée en densité et dimension.
- ▶ **Promouvoir la signalétique d'information locale (SIL)**, pour assurer une identité communale, limiter la prolifération des préenseignes individuelles et assurer la visibilité de toutes les activités.
- ▶ **Favoriser les enseignes en façade**, afin de maintenir des espaces publics ouverts et de limiter l'impact visuel de certains dispositifs (enseignes en toiture, ...)
- ▶ **Encadrer la densité des enseignes**
- ▶ **Cadrer les lieux d'implantation** afin d'améliorer la lisibilité des façades et de favoriser des étages libres de toute pollution matérielle.

De plus, il s'agit de :

- ▶ **Contrôler les conditions d'éclairage** afin de limiter les nuisances visuelles pour les habitants du centre.
- ▶ **Concilier évolution technologiques et besoins** des acteurs économiques

Ambition 3 –

Pérenniser la qualité paysagère de la plaine du Comtat

Plusieurs entreprises sont présentes hors agglomération, au sein de zones d'activités (Cadillan et Sagnon) ou diffuses au cœur de la zone agricole. Richesse du pays d'Arles, la commune souhaite préserver la qualité paysagère de cette plaine.

Ainsi, les objectifs affichés sont les suivants :

- ▶ **Encadrer le type et la dimension des enseignes** afin d'assurer leur intégration paysagère et le maintien de la qualité des perceptions visuelles sur les espaces naturels et agricoles...Il s'agit notamment d'interdire les enseignes en toiture, potentiellement visibles de loin, et d'encadrer les enseignes au sol.
- ▶ **Ceci tout en conservant des moyens pour assurer la visibilité des entreprises**, dont une partie ne fait pas l'objet de la notion d'activité dérogatoire leur permettant l'installation de préenseignes en zone agricole.

PARTIE C –

JUSTIFICATION DES CHOIX DES REGLES ET DES MOTIFS DE DELIMITATION DES ZONES

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

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

3 zones de publicités sont définies :

ZP1 : Agglomération de Graveson

ZP2 : RD28 et RD570N – tronçons longeant l'agglomération de Graveson

ZP3 : Hors agglomération

Zone de publicité 1 (ZP1) – Agglomération de Graveson

L'ensemble du périmètre d'agglomération est concerné par une zone de publicité unique. Elle est distinguée des ZP2 et ZP3 du fait des éléments suivants :

- Une réglementation nationale qui y autorise la publicité et les préenseignes, interdites en revanche hors agglomération (ZP2 et ZP3), et que la commune souhaite conserver en partie sur ce secteur ;
- Des enjeux spécifiques en matière de qualité et de dimension des enseignes :
 - Une nécessaire préservation et mise en valeur du patrimoine bâti présent au sein de l'agglomération, en particulier le centre historique ;
 - Des besoins limités en matière d'enseignes au sol, contrairement aux ZP2 et ZP3 : les bâtiments d'activités sont globalement bien lisibles (alignements des façades à la voirie ou emprises publiques) et perçues à des vitesses limitées (circulation piétonne ou ≤ 50 km/h, facilitant la visibilité des enseignes en façade).

Les objectifs spécifiques du RLP sur ce secteur sont les suivants :

- **Préserver et mettre en valeur le patrimoine de la commune ;**
- **Assurer la qualité paysagère des espaces urbanisés et des futurs secteurs de projet.**

Zone de publicité 2 (ZP1) – RD28 et RD570N – tronçons longeant l'agglomération de Graveson

Ces deux axes font l'objet d'une zone de publicité spécifique du fait des éléments suivants :

- Axes routiers situés hors agglomération, où la publicité et les préenseignes autres que dérogatoires y sont strictement interdites (contrairement à la ZP1) ;
- Linéaires économiques, situés en frange de l'agglomération, où la visibilité des entreprises est en particulier rendue nécessaire par l'installation d'enseignes au sol, que la commune souhaite maintenir (contrairement à la ZP1) ;

- Traversée routière de la commune, contournement de l'agglomération : la qualité des enseignes joue un rôle essentiel dans la 1^{ère} image du village et son attractivité. Pour cette raison, les règles y sont plus strictes qu'en ZP3.

L'ambition spécifique du RLP sur ce secteur est d'y « **revaloriser l'image de la commune** » (ambition 1).

Zone de publicité 3 (ZP3) – Hors agglomération

Elle concerne le reste du territoire communal. Sont intégrés à cette zone :

- Les espaces à vocation naturelle et agricole de la commune, plaine du Comtat, avec des activités économiques isolées ;
- Deux zones d'activités isolées au sein de la plaine, à l'écart de l'agglomération : Cadillan et Sagnon.

Les règles y sont spécifiques au regard des points suivants :

- Secteur situé hors agglomération, où la publicité et les préenseignes autres que dérogatoires y sont strictement interdites ;
- Secteur à l'écart des entrées d'agglomération : les règles relatives aux enseignes sont plus souples qu'en ZP2, tout en y étant plus restrictives que la réglementation nationale afin de « **pérenniser la qualité paysagère de la plaine du Comtat** » (ambition 3).

C.2 | Choix retenus pour la partie règlementaire

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et préenseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

Les règles définies dans le RLP visent à :

- Anticiper l'installation de publicités de grande dimension au sein de l'agglomération, telles qu'autorisées par la réglementation nationale en l'absence de RLP (jusqu'à 12 m² au sol et en façade) ;
- Maintenir les usages actuels en matière d'enseignes, tout en allant vers une meilleure intégration aux environnements urbains et agricoles de la commune.

C.2.1 | Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

C.2.1.1 Dispositions applicables en ZPI

Dispositifs autorisés

L'agglomération de Graveson compte aujourd'hui une densité limitée de dispositifs publicitaires. La publicité quasi absente participe à la qualité du cadre de vie et à l'attractivité du village.

Aujourd'hui, peuvent y être recensées :

- Des préenseignes temporaires, en particulier liée à l'organisation ou l'animation de manifestations exceptionnelles à caractère associatif, culturel ou touristique ;
- Un nombre limité de préenseignes de petites dimensions (≤ 1 m²), apposées sur mur aveugle.

Or, la réglementation nationale autorise jusqu'en 2020 les dispositifs publicitaires jusqu'à 12 m² sur la majorité du périmètre d'agglomération (Graveson appartenant à l'unité urbaine d'Avignon, de plus de 100 000 habitants, et la règle de protection des 500 mètres autour du monument historique n'étant applicable qu'à partir de 2020 en l'absence de RLP). **De larges possibilités sont ainsi offertes par la réglementation nationale alors que Graveson dispose aujourd'hui de peu de dispositifs de ce type et de cette dimension dans l'agglomération.**

Afin de pérenniser la qualité du cadre de vie, dans la lignée des usages actuels, la commune souhaite alors :

- Interdire toute publicité de grande dimension au sein de l'agglomération : maintenir les usages actuels, avec une publicité très limitée en densité et dimension.
- Promouvoir la signalétique d'information locale (SIL), pour assurer une identité communale, limiter la prolifération des préenseignes individuelles et assurer la visibilité de toutes les activités.

Restent ainsi autorisés dans le RLP :

- Les préenseignes temporaires telles que définies à l'article R581-74 du Code de l'Environnement. Cet affichage participe pleinement aux promotions des manifestations exceptionnelles à caractère culturel, nombreuses toute l'année sur la commune (fêtes votives, ...) ;

- Les publicités relatives à l'activité des associations sans but lucratif et à l'affichage d'opinion, sur les supports prévus à cet effet. Ces supports d'« affichage libre » sont obligatoires sur la commune (Article L. 581-16 du Code de l'Environnement) ;
- La publicité sur mobilier urbain. Ce type de support joue lui aussi un rôle essentiel dans l'affichage municipal, en particulier pour la promotion des manifestations locales et autres événements.

D'autre part, afin d'assurer la légalité avec la réglementation nationale (le règlement ne pouvant instituer de mesures ayant pour effet d'interdire de manière générale et absolue la publicité sur une commune), le RLP maintient les possibilités d'installation de publicité sur domaine privé.

Afin de limiter leur empreinte visuelle et le nombre de supports d'affichage possibles, seuls les dispositifs muraux sont autorisés.

Un encadrement de la superficie autorisée

Afin de limiter leur empreinte visuelle, en cohérence avec le caractère patrimonial du cœur de ville et l'identité plutôt rurale de la commune (moins de 5000 habitants), les dimensions autorisées sont réduites à 2 m² pour l'ensemble des publicités autorisées dans la zone.

D'autre part, le RLP précise le type de mobilier pouvant recevoir de la publicité. Les dispositifs de petit format sont privilégiés : abris-voyageurs et mats porte-affiches, qui peuvent recevoir de la publicité jusqu'à 2 m².

Maintien de l'interdiction de publicité dans le périmètre de 100 mètres autour du monument historique de l'église

Le RLP n'intègre pas de dérogation à l'article L581-8 du Code de l'Environnement. La faible superficie du périmètre concerné, associée aux enjeux de préservation du cadre architectural du centre historique, vont dans le sens du maintien de l'interdiction de publicité dans ce périmètre.

Encadrement des dispositifs numériques

Afin de « concilier évolution technologiques et besoins des acteurs économiques » (objectif du RLP), le RLP autorise l'affichage numérique. Celui-ci est toutefois adapté au cadre de vie de la commune : la commune interdit la publicité animée (vidéo, ...).

Durée d'installation

L'article 2-1.3 reprend les dispositions de la réglementation nationale, sans restriction complémentaire. Elles sont rappelées dans le règlement pour plus de lisibilité.

C.2.1.2 Dispositions applicables en ZP2 et ZP3

L'article 2.2 du règlement reprend les dispositions de la réglementation nationale qui interdit toute publicité et préenseignes hors agglomération, et sur lesquelles le RLP ne peut revenir :

« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite » [article L581-7 du Code de l'Environnement].

Toute publicité ou préenseigne autre que dérogatoire est donc interdite en ZP2 et ZP3.

C.2.2 | Dispositions relatives aux enseignes

C.2.2.1 Dispositions générales

Règles relatives à la perception du monument historique de l'église et des détails architecturaux

Afin d'assurer la qualité d'intégration paysagère et urbaine des enseignes, et en lien avec ce qui est généralement autorisé par les services de la DRAC dans les périmètres de monuments historiques, il a été décidé d'imposer à ce que :

- « Les enseignes utilisant des matériaux brillants autres que métal sont interdites à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques. », pour maintenir une qualité de perception du monument.
- les enseignes ne soient pas « posées sur des éléments décoratifs de façade (piliers d'angles, impostes de portes d'entrée ou de vitrine, grilles, rampes, garde-corps de balcon, ...) », afin de pérenniser les vues offertes à tous sur ce petit patrimoine bâti vulnérable à l'installation de dispositifs.

C.2.2.2 Dispositions applicables en ZPI

Rappel des enjeux/objectifs

La richesse bâtie du centre village constitue un patrimoine à préserver, les enseignes jouent aujourd'hui un rôle essentiel dans la qualité de perception de ce patrimoine. Aujourd'hui, nombreuses sont de qualité, d'autres plus hétérogènes. **L'objectif est de maintenir, au regard de ce que permet la réglementation nationale, les usages actuels, en allant toutefois un peu plus loin sur les règles d'esthétique.**

Un maintien d'espaces publics libre de supports publicitaires

L'objectif affiché dans le RLP est « d'assurer la qualité paysagère des espaces urbanisés et des futurs secteurs de projet, éviter toute pollution visuelle engendrés par une surdensité et diversité d'implantation de dispositifs ». Pour cela, le RLP vise à :

- **Privilégier les dispositifs scellés en façade, afin de conserver des espaces publics libres de supports** et de limiter l'impact visuel de certains dispositifs (enseignes en toiture, ...). Seuls sont autorisés les supports déjà dominant sur l'agglomération :
 - o les enseignes murales
 - o les enseignes en potence ou drapeau
 - o les enseignes sur store-banne, auvent et parasols
- **Maintenir autoriser les dispositifs au sol uniquement pour les chevalets mobiles, qui sont nécessaires à certaines activités, en particulier les restaurants (affichage de menus, ...), et encadrer leur superficie afin de limiter leur emprise visuelle.** La commune maintient les dimensions rencontrées aujourd'hui sur le village, qui correspondent d'ores et déjà à des panneaux de formats restreint (1,5 m² maximum par face).

L'interdiction d'enseignes scellées au sol va dans le sens des usages actuels, où peu de besoins sont identifiés : les bâtiments d'activités sont globalement bien lisibles (alignements des façades à la voirie ou emprises publiques) et perçues à des vitesses limitées (circulation piétonne ou ≤ 50 km/h, facilitant la visibilité des enseignes en façade).

Une valorisation du patrimoine bâti

L'objectif affiché dans le RLP est de préserver et valoriser le patrimoine architectural : « *Cadrer les lieux d'implantation afin d'améliorer la lisibilité des façades et de favoriser des étages libres de toute pollution matérielle* ». Ainsi, considérant les enseignes comme des composantes du champ de perception de ce patrimoine bâti, le RLP vise :

- **Une limitation de la densité autorisée par une adaptation des prescriptions nationale aux usages actuels** : l'objectif vise à limiter le nombre d'enseignes par bâtiment d'activités, dont le cumul engendrerait une « surcharge » visuelle pour la population. La densité règlementée correspond à ce qui est globalement identifié au sein de l'agglomération de Graveson. Il s'agit ici de maintenir ces caractéristiques, sans inciter à augmenter le nombre d'enseignes.
Un compromis est ainsi recherché entre lisibilité et densité. Pour cela, le nombre d'enseignes par bâtiment est limité à deux enseignes à plat et une en potence ou drapeau par façade.
- **Un renforcement du dégagement visuel sur les façades de bâtiments au niveau des étages**, en limitant, sauf exception, l'implantation en dessous du niveau inférieur des appuis de fenêtre du 1er étage.
- **Une qualité d'intégration des enseignes en potence/drapeaux** en interdisant toute implantation au-dessus des ouvertures (baies, portes d'entrée, fenêtres), installation peu harmonieuse.
- **Une harmonisation des dimensions et une adéquation avec l'échelle de l'environnement urbain (rues étroites dans le centre village)** : réduction de la saillie (60 cm maximum) et de la hauteur (1 mètre) pour les enseignes en potence et drapeau
- **L'incitation à une qualité des lettrages sur stores, auvent, parasol**, en imposant leur harmonisation avec la couleur de la façade du bâtiment.

Le RLP maintient les règles nationales en matière de superficie des enseignes en façade (notion de 15 ou 25% de la surface de la devanture commerciale), considérant que ces règles sont satisfaisantes et permettent de répondre de façon positive aux enjeux de limitation de l'emprise des dispositifs.

Une valorisation de la qualité des supports

A l'inverse des préenseignes et enseignes temporaires pouvant recevoir de la publicité sur bâche, il est recherché une qualité des enseignes à caractère permanent. Les bâches, qui reflètent plus un caractère temporaire sont ainsi interdites, afin de privilégier des supports solides de qualité, scellés en façade et ayant une bonne tenue.

Une implantation murale privilégiée en façade de bâtiment

Afin de limiter la diversité des supports d'enseignes, le RLP autorise les enseignes murales sur clôtures uniquement sous conditions, liées à la nécessaire visibilité des entreprises :

- Le bâtiment de l'activité en question n'est pas visible à plus de 20 mètres en amont de la voie ;
- Aucun dispositif d'une surface supérieure à 2 m² ne peut être placé sur la façade principale du bâtiment d'activité ;
- Afin de matérialiser l'entrée d'un espace de stationnement.

Les enseignes sur clôture non aveugles sont interdites, généralement peu harmonieuse sur grillage.

Un encadrement de l'éclairage des enseignes

L'objectif affiché est de « *Contrôler les conditions d'éclairage afin de limiter les nuisances visuelles pour les habitants du centre.* »

Ainsi, en dehors des services d'urgence et pharmacie, seules les enseignes lumineuses éclairées par projection ou transparence sont autorisées.

En matière de numérique, au regard du contexte urbain et paysager de la commune (commune de moins de 5000 habitants, absence de continuité urbaine avec Avignon, identité plutôt rurale), celle-ci souhaite adapter les règles en affichant des règles identiques aux agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Les enseignes numériques sont ainsi interdites.

Les règles d'extinction nocturne définies par la réglementation nationale sont maintenues telle qu'elle, sans restriction supplémentaire. Elles sont rappelées dans le règlement pour plus de lisibilité.

Un encadrement des enseignes temporaires

L'objectif est de limiter la prolifération de ce type de dispositifs, généralement de plus faible importance économiquement :

- Privilégier leur visibilité de « proximité », en favorisant les dispositifs parallèles aux façades
- Interdire les dispositifs lumineux et numériques
- Autoriser un dispositif par bâtiment et par activité.

Les règles de dimensions restent celles des enseignes permanentes et de la réglementation nationale, cohérentes avec l'échelle des devantures commerciales, soit 25% ou 15% de la surface de celles-ci.

C.2.2.3 Dispositions applicables en ZP2

Rappel des enjeux/objectifs

Les RD28 et RD570N, axes situés hors agglomération, constituent des linéaires économiques où la visibilité des entreprises est en particulier rendue nécessaire par l'installation d'enseignes au sol. Aujourd'hui, l'enjeu réside au maintien de ce type d'affichage mais également en l'amélioration de leur qualité, qui joue un rôle essentiel dans l'image du territoire. « *Revaloriser l'image de la commune le long des axes bordants le village* » constitue l'ambition 1 du RLP.

Globalement, les règles applicables en ZPI s'appliquent également sur cette zone, avec les mêmes justifications (voir ci-dessus). Les différences résident dans les points suivants :

Une interdiction des enseignes en potence / drapeau, qui ne semblent pas adaptées au contexte urbain de la zone, les activités étant situées en retrait des voies, les façades globalement peu visibles.

Un maintien des possibilités d'installation d'enseignes au sol : un potentiel de visibilité économique à conserver, ...

La visibilité limitée des bâtiments et leur recul à la voie rend nécessaire l'installation d'enseignes au sol pour pérenniser la visibilité des activités bordant les 2 axes routiers (ZA de la Marjolaine notamment). Le

RLP maintient donc les possibilités offertes par la réglementation nationale en ce qui concerne l'installation d'enseignes au sol.

La superficie autorisée par la réglementation nationale reste inchangée, déjà limitée en agglomération de moins de 10 000 habitants (6 m²).

... mais une réduction de la densité et une incitation à une meilleure harmonisation de ces panneaux au sol : une image d'entrée de ville et de traversée urbaine à améliorer

Toutefois, au regard de la grande diversité de panneaux, le RLP vise à « encadrer la forme des dispositifs pour améliorer la cohérence d'ensemble et la lisibilité des différentes entreprises » afin d'aller vers une plus grande harmonisation. Pour cela, le RLP impose :

- Le support doit être composé d'un ou de 2 pieds, d'une épaisseur maximale de 30 cm par pied.
- L'enseigne doit être de forme rectangulaire.
- La longueur de l'un des côtés ne peut excéder les deux tiers du côté perpendiculaire.

D'autre part, la densité jouant un rôle dans la qualité paysagère de ces axes routiers. Afin de réduire cette densité, au regard du nombre d'entreprises présentes le long de ces axes et en particulier sur la zone de la Marjolaine, le RLP :

- Impose un maximum de 2 enseignes au sol de moins de 1 m². Au-delà de 1 m², c'est la réglementation nationale qui s'applique, autorisant une seule enseigne au sol.
- Impose une mutualisation des enseignes au sol lorsque plusieurs activités occupent une même unité foncière. Ainsi, la densité des enseignes au sol s'applique par unité foncière et non par activité.

Assurer la qualité des supports au sol

Les règles suivantes permettent d'éviter certaines installations peu qualitatives :

- Dans le cas d'une structure double faces, celles-ci doivent être strictement accolées dos-à-dos et de mêmes dimensions.
- Dans le cas où les deux faces du dispositif sont visibles, celui-ci doit être obligatoirement double-face ou habillé d'un carter de protection esthétique dissimulant la structure.

Enseigne en clôture

Afin d'éviter tout support de taille disproportionné, le RLP impose une surface maximale de 2 m².

C.2.2.4 Dispositions applicables en ZP3

Rappel des enjeux/objectifs

Plusieurs entreprises sont présentes hors agglomération, au sein de zones d'activités (Cadillan et Sagnon) ou diffuses au cœur de la zone agricole. Richesse du pays d'Arles, la commune souhaite préserver la qualité paysagère de cette plaine.

Globalement, les règles applicables en ZP2 s'appliquent également sur cette zone, avec les mêmes justifications (voir ci-dessus). Les différences résident dans :

La densité des enseignes

Secteur à l'écart des entrées d'agglomération, les règles relatives aux enseignes sont plus souples qu'en ZP2, tout en y étant plus restrictives que la réglementation nationale afin de « *pérenniser la qualité paysagère de la plaine du Comtat* » (ambition 3).

Au regard du recul des constructions et de leur visibilité parfois limitée, le RLP autorise comme en ZP2 les enseignes au sol et sur clôture, avec les mêmes superficies maximales autorisées.

En revanche :

- le RLP se réfère à la réglementation nationale pour la densité des enseignes et leur mutualisation n'est pas imposée, contrairement en ZP2.
- le RLP laisse une marge de manœuvre plus importante qu'en ZP2 sur la forme de l'enseigne et du support.

Les enseignes en toiture sont interdites sur l'ensemble de la commune, au regard de l'impact visuel que peut engendrer ce type de dispositifs. Aucun besoin n'est identifié sur le territoire communal.

C.2.3 | Modalités d'application du RLP

Les délais de mise en conformité des enseignes, préenseignes et publicités régulièrement apposées avant l'entrée en vigueur du RLP sont ceux définis par la loi, à savoir :

- 2 ans pour les publicités et préenseignes, à compter de l'entrée en vigueur du RLP ;
- 6 ans pour les enseignes à compter de l'entrée en vigueur du RLP.