

# Département de Vaucluse Commune d'ORANGE

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) 1. RAPPORT DE PRESENTATION

Révision générale n°1 prescrite par DCM du 11 avril 2018 Révision générale n°1 arrêtée par DCM du 9 décembre 2019 Révision générale n°1 approuvée par DCM du 4 décembre 2020





Transmitted by the second

The second state of the se

## Sommaire

PREAMBULE	5
PARTIE A   DIAGNOSTIC	7
A.1   CONTEXTE COMMUNAL	8
A.1.1   Contexte démographique et géographique	8
A.1.2   Contexte paysager et patrimonial	9
A.1.3   Contexte urbain	14
A.1.4   Contexte viaire	16
A.1.5   Contexte économique	19
A.1.6   Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU, zoom sur	
ambitions en lien avec le RLP	
A.2   CONTEXTE REGLEMENTAIRE	
A.2.1   Dispositifs publicitaires concernés par le RLP	
A.2.2   Les périmètres règlementaires spécifiques	
A.2.3   Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes	
A.2.4   Les principales dispositions applicables aux enseignes	
A.3   BILAN DU RLP EN VIGUEUR  A.4   ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES	
A.4.1   État des lieux général	
A.4.1   Etat des lieux general	
A.4.2   Conformité des dispositifs dux dispositions du NEF ou à la réglementation nationale	
A.4.4   Enseignes : diagnostic par type de secteur	
A.4.5   Synthèse des enjeux	
00 0 0	
PARTIE B   ORIENTATIONS	
A/ LES ORIENTATIONS EN MATIERE DE PUBLICITE ET DE PREENSEIGNES	96
Orientation A.1 - Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville et des grandes traversées urbaines de	
commune	
Orientation A.2 - Préserver le centre historique et le site de l'Arc de Triomphe, valoriser les abords	
Orientation A.3 – Encadrer strictement l'affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels	
Orientation A.4 – Limiter la publicité lumineuse et numérique	99
B/ LES ORIENTATIONS EN MATIERE D'ENSEIGNES	100
Orientation B.1 - Réduire l'impact visuel de certaines enseignes	100
Orientation B.2 – Pérenniser la qualité du centre historique, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti	
Orientation B.3 – Améliorer la lisibilité des activités dans les zones commerciales	
Orientation B.4 – Limiter la pollution lumineuse	
PARTIE C   JUSTIFICATION DES CHOIX DES REGLES ET DES MOTIFS DE DELIMITATION DES ZONES	102
C.1   La delimitation des zones du reglement local de publicite	107
C.1.1   ZP1 : le centre historique intra-muros	
C.1.2   ZP2 : abords et portes d'entrée du centre historique	
C.1.3   ZP3 : quartiers résidentiels	
C.1.4   ZP4 : entrées de ville et traversées urbaines principales de la commune	
C.1.5   ZP5 : zones économiques	
C.1.6   ZP6 : secteurs situés hors agglomérations et site classé de la colline Saint Eutrope	
C.2   CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE	
C.2.1   Justification des dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	
C.2.2   Justifications des dispositions relatives aux enseignes	



4

STATE OF THE PARTY OF THE PARTY

The second

Mary Control of the C

Mary control

Management of the last of the

The second second

Billion control

\$25000000 \$200000000

# Préambule

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes 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 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 à l'article L151-8 du CE), la publicité, les enseignes et les préenseignes 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.

# Partie A Diagnostic

### A.1 | Contexte communal

### A.1.1 | Contexte démographique et géographique

La Commune d'Orange est située à l'ouest du Département de Vaucluse. Son emprise territoriale (74,2 km²) est limitée par la rive gauche du Rhône et est en contact avec dix communes dont huit dans le département de Vaucluse et deux dans le Gard. Ville de 29 212 habitants (INSEE 2016) à taille humaine, Orange est la deuxième ville du département après Avignon.

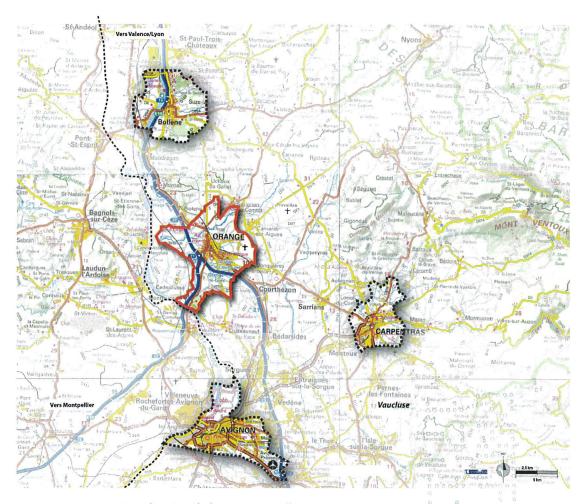
La ville appartient à la Communauté de Communes du Pays Réuni d'Orange, regroupant 5 communes : Caderousse, Jonquières, Courthézon, Châteauneuf-du-Pape et Orange. La ville d'Orange concentre plus de 65% de la population de la Communauté de communes.

Sur le plan géographique, la Commune d'Orange est située dans la vallée du Rhône, entre les Cévennes ardéchoises et le massif du Ventoux, aux portes de la Provence. Le territoire vient prendre appui sur le Rhône en enserrant complètement la plaine de Caderousse. Le tracé de l'Aygues, au Nord, suit cette pente régulière avant d'être canalisé parallèlement au Rhône.

Le positionnement d'Orange sur un des axes majeurs de circulation et de communication de France voire d'Europe (l'axe Valence-Lyon-Paris vers le nord, Marseille-Italie vers le sud-est et Montpellier - Espagne vers le sud-ouest) lui vaut une accessibilité exceptionnelle.

En outre, Orange est située sur un nœud des réseaux routier et ferroviaire. Cette position de carrefour est un atout pour la ville d'Orange.

La commune constitue un pôle d'emploi attractif, et se positionne à proximité d'autres importants pôles d'emplois et de grands échangeurs routiers (échangeurs A7). Orange se situe à environ 25 km de Carpentras et de Bollène et 30 km d'Avignon.



Localisation de la commune d'Orange, source : PLU en vigueur

### A.1.2 | Contexte paysager et patrimonial

Source : rapport de présentation du PLU en vigueur

La ville d'Orange est située dans la basse vallée du Rhône. A l'exception de la Colline Saint-Eutrope et du Massif du Lampourdier, l'ensemble du territoire orangeois est situé dans le lit majeur de l'Aygues.

Le socle des paysages d'Orange, s'est forgé à la confluence des éléments : le roc, l'eau, le vent, donnant lieu à des paysages de caractère. Le territoire présente aujourd'hui une diversité de paysages, avec à la fois une ruralité forte liée aux vignobles, une naturalité liée aux cours d'eau et aux grandes coulées vertes et un contexte urbain complexe et assez étalé.

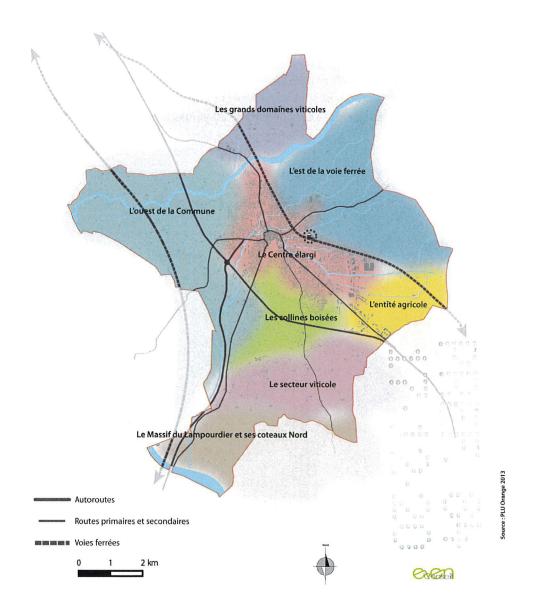
Plusieurs entités paysagères peuvent se distinguer avec, du Nord au Sud :

- 1) Les grands domaines viticoles, sur la route de Sérignan, qui offrent de belles perspectives lointaines ;
- 2) L'Est de la voie ferrée (Colombier et Veyrières), secteur en partie urbanisé mais où la ruralité est encore très présente ;
- 3) Le Centre élargi marqué par un cœur historique et la colline Saint Eutrope qui se dilue ensuite sous forme d'une nappe urbaine où le végétal est encore bien présent ;
- 4) L'Ouest de la Commune, vaste entité rurale, qui a été recoupée par les infrastructures ;

- 5) Les collines boisées, au Sud de la ville, qui se situent dans le prolongement de la colline St-Eutrope, et qui forment alors une vaste coulée verte ;
- 6) L'entité agricole située sur la route de Jonquières, marqué par le développement des zones d'activités le long de la RN 7. On note la disparition progressive de la dimension viticole du paysage (amputation de l'aire AOC Côtes du Rhône);
- 7) Le secteur viticole, à forte valeur agricole, situé à mi-chemin entre Orange et les secteurs classées en A.O.C. Châteauneuf-du-Pape. Ce secteur est notamment marqué par une ligne de crête le long de la RD 68, qui permet de vastes échappées visuelles sur le Lampourdier (et sa carrière) et sur le Ventoux. Du fait de cette ligne de crête et des collines boisées, le secteur du Grés, constitue une séquence paysagère assez intime et de grande qualité, où naturalité et ruralité se côtoient. Ce secteur comprend des lieux-dits dont la spécificité est à souligner :
  - o Les Peyrières Blanches, Le Peyron, ... sont composés majoritairement d'un habitat organisé où l'urbanisation progresse sur le vignoble (perte de potentiel de l'aire AOC Côtes du Rhône). Ce secteur subit une forte pression urbaine avec des nouveaux projets d'urbanisation.
  - o La Berthaude, Bois Lauzon, Lycée Viticole, Bois Feuillet Sud, Clavin,... sont composés d'un habitat individuel qui s'intègre harmonieusement dans le paysage (végétation d'accompagnement, élément de repère visuel dans le paysage)
  - Chateaumar, Le Four à Chaux, Maucoil, Les Brusquières... composés d'un vignoble couvrant qui souligne les formes du relief ; diversité agricole : quelques fermes qui s'intègrent harmonieusement dans le paysage
  - Les Chièzes : on note la disparition de l'usage viticole par forte pression urbaine qui ampute l'aire AOC Côtes du Rhône Villages
- 8) Le Massif du Lampourdier et ses coteaux Nord : il s'agit d'un massif calcaire culminant à 105 mètres d'altitude et de forme asymétrique. La végétation qui couvre le massif est très dense et composée essentiellement de pins. Elle est assimilable à de la garrigue et est intégralement classée en AOC Côtes du Rhône. Le massif du Lampourdier est cintré par le canal de Pierrelatte.

000

### UNE COMMUNE AUX PAYSAGES DIVERSIFIÉS, MARQUÉE PAR L'ACTIVITÉ AGRICOLE ET VITICOLE



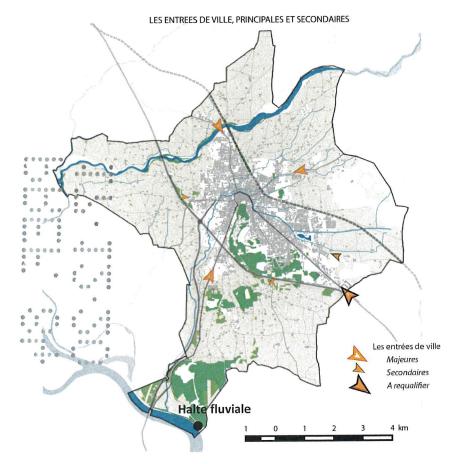
Certains paysages font l'objet de protections (espaces boisés classés, principaux espaces agricoles maintenus).

### Les entrées de villes

Au regard de la visibilité limitée des franges urbaines de la ville, les entrées de ville constituent de ce fait, les principaux espaces de première perception de l'enveloppe urbaine.

Ces entrées de ville jouent un rôle crucial dans la perception d'un territoire communal par un individu. La vision du nouveau venu est en effet souvent influencée par les premiers éléments paysagers qui s'offrent à lui lors de son arrivée. Afin de procurer une vision agréable au visiteur, et d'améliorer l'image renvoyée par la commune, il convient donc d'apporter un soin particulier à ces secteurs stratégiques :

- Les entrées de ville routières
- L'entrée de ville via la gare SNCF



Les entrées de ville et traversées urbaines majeures de la commune offrent par endroit de belles perceptives visuelles sur des points d'appel du territoire : la colline Saint-Eutrope qui constitue l'élément repère principal au cœur de l'agglomération, la paroisse Notre Dame d'Orange ainsi que l'Arc de triomphe, visible en amont de la D7N (avenue De Lattre de Tassigny).

La question des entrées de ville représente un enjeu important dans le cadre de la révision du RLP.



### Un centre ancien historique, un patrimoine urbain remarquable à préserver

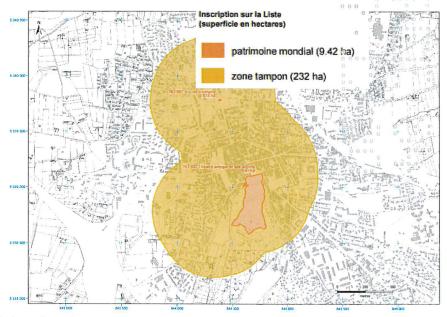
Orange présente une richesse patrimoniale remarquable, traduite par un certain nombre de classements (monuments historiques, sites inscrits et classés). En plus des monuments historiques, au nombre de 17, la ville présente de nombreux monuments architecturaux remarquables. Le label « patrimoine du XXe » a ainsi été décerné à l'immeuble du crédit agricole, situé au 54 cours Aristide Briand.

Du fait de son existence depuis l'Antiquité, la commune d'Orange comporte également de nombreux sites archéologiques (310 sites archéologiques en l'état actuel des connaissances) et entre autres :

- Le théâtre antique ;
- L'arc de Triomphe ;
- Les vestiges du Temple : séparé du théâtre par une rue dallée, il était autrefois entouré d'un portique semi-circulaire composé de 52 colonnes. On pense aujourd'hui que le Théâtre et l'édifice en hémicycle constituaient un augusteum, ensemble consacré au culte de l'empereur.

Orange compte deux monuments qui ont été inscrits en 1981 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO :

- Le théâtre antique et ses abords : érigé au 1er siècle sous le règne d'Auguste, ce monument est l'un des plus beaux théâtres de la Rome Impériale. Il fait partie des grands théâtres romains les mieux conservés.
- L'arc de Triomphe : autre témoignage de la grandeur romaine à Orange, il s'agit en fait d'un arc urbain à caractère commémoratif servant de porte à l'entrée de la ville.



Délimitation du bien lors de son inscription sur la liste en 1981 et de sa zone tampon approuvée en 2007, source : site UNESCO

Orange présente également un site classé : la colline Sainte-Eutrope, et un site inscrit : les façades des immeubles entourant la place des Frères Mounet.

Enfin, la commune s'est engagée dans la démarche d'élaboration d'un Site Patrimonial Remarquable (SPR) par délibération du Conseil Municipal en date du 23 Janvier 2018.



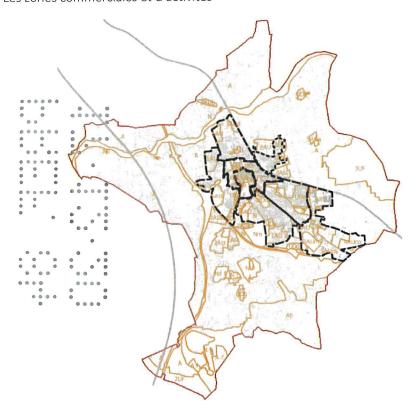
### A.1.3 | Contexte urbain

Source : rapport de présentation du PLU en vigueur

Les quartiers de la ville d'Orange présentent des caractéristiques diverses qui permettent d'analyser les fonctionnements urbains par secteurs.

Ainsi, on peut différencier :

- Le secteur du centre-ancien
- Les secteurs de faubourgs anciens
- Les extensions récentes à vocation mixte (habitat, activité, équipements)
- Les extensions récentes à dominante d'habitat pavillonaire
- Les extensions récentes à dominante d'habitat collectif
- Les hameaux (Le Grès, le Peyron)
- Les zones commerciales et d'activités



L'enveloppe urbaine d'Orange, source : PLU en vigueur

### Le secteur du centre-ancien

Le centre ancien d'Orange, cœur historique de la commune au pied de la colline Saint-Eutrope, regroupe un bâti ancien dense de type médiéval, superposé à la trame romaine initiale. Cœur de vie de la commune, situé au centre du tissu urbain le centre-ancien conserve un fort dynamisme, notamment commercial.

Les faubourgs, construits sur l'emprise des remparts détruits au XVIIe siècle, constituent une extension du centre-ancien, secteur dense compris entre la D976 et la rue des tanneurs/rue Saint-Jean/rue du Noble, rassemble des fonctions mixtes : habitat, commerce, équipements.



Le secteur a fait l'objet depuis plusieurs années de plusieurs actions d'aménagement et de requalification des espaces publics.

La densité urbaine est élevée dans ce secteur, comprenant la ville antique et les faubourgs d'habitat ancien.

### Les secteurs de faubourgs anciens

Ce secteur rassemble des quartiers mixtes mêlant logements, équipements, services et commerces, à proximité du centre-ancien.

Ce secteur joue un rôle d'interface entre le centre et les quartiers de périphérie, présentant les liaisons essentielles vers les divers espaces de la commune.



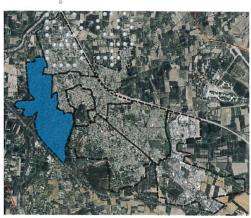
### Le secteur Nord d'habitat diversifié

Ce secteur, situé à l'Ouest de la voie ferrée, de part et d'autre de la N7, en entrée de ville Nord de la commune, est principalement résidentiel, avec une composante commerciale le long de la nationale (Intermarché, concessionnaires...).



### Le secteur d'entrée de ville Ouest

Entrée Ouest d'Orange depuis l'autoroute A7, ce secteur revet un intérêt particulier de par son positionnement et présente une certaine mixité de fonctions.



### Le secteur mixte Sud-Est

Quartier à dominante résidentielle situé à proximité du centreancien, de la gare, et jonction avec les espaces d'activités du Sud de la commune, ce secteur est bordé par le tronçon Sud de la N7, axe majeur d'Orange.



### Le secteur résidentiel Sud-Ouest

Secteur résidentiel principalement composé de quartiers pavillonnaires construits sous forme de lotissement, cette zone construite autour du quartier ancien du Coudoulet a fortement évolué au cours de la dernière période, s'étendant vers le Sud avec des typologies de logements individuelles peu denses, proposant une offre de logement nouvelle sur Orange à proximité de l'autoroute.



### Le secteur résidentiel semi-dense

Situé à l'Est de la voie ferrée, axe créant une rupture avec le reste de la commune, ce secteur est un ensemble mixte composé d'habitat de diverses typologies, autour d'activités et d'un équipement structurant, le centre hospitalier d'Orange.



### Les zones commerçiales et જે activités

Un secteur dédié à l'activité économique et au commerce, à proximité directe de l'autoroute (Orange Sud). Des enjeux de valorisation paysagère sont identifiés sur cette entrée de ville.





### A.1.4 | Contexte viaire

Source : rapport de présentation du PLU en vigueur

### A.1.4.1 | Des liaisons supra-communales effectives

Orange, est située au carrefour de voie de communications qui la place dans une situation stratégique entre Lyon-Marseille-Montpellier, entre la Drôme provençale, le pays Gardois et les Alpilles du Sud. Un réseau viaire de niveau national encadre la ville :

 Les autoroutes A 7 et A 9 qui se séparent au niveau d'Orange, l'une vers la Provence et l'Italie desservant Marseille et Lyon, l'autre vers le Languedoc et l'Espagne, desservant Nîmes et Montpellier. Ces axes drainent le plus gros trafic autoroutier de France.

Aucune liaison directe entre ces deux autoroutes, n'existe actuellement. L'autoroute A7 longe la Commune par l'Ouest et s'y connecte par les échangeurs centre-ville et sud. Les accès aux échangeurs se font par l'intermédiaire de la Route Nationale 7 et de l'avenue Charles de Gaulle. Ainsi, l'avenue Charles de Gaulle, le Cours Aristide Briand et la rue Auguste Lacour servent de liaison entre l'autoroute A7 et la RN7.

- La Route Nationale 7 traverse la ville selon un axe Nord/Sud, depuis le Pont de l'Aygues jusqu'au centreville en passant par le rond-point de l'Arc de Triomphe. Elle rejoint ensuite le Sud de la commune et ses zones d'activités en traversant les divers quartiers d'habitation
- Les routes départementales 975 et 976 complètent ce réseau construit en étoile autour du centre ancien.

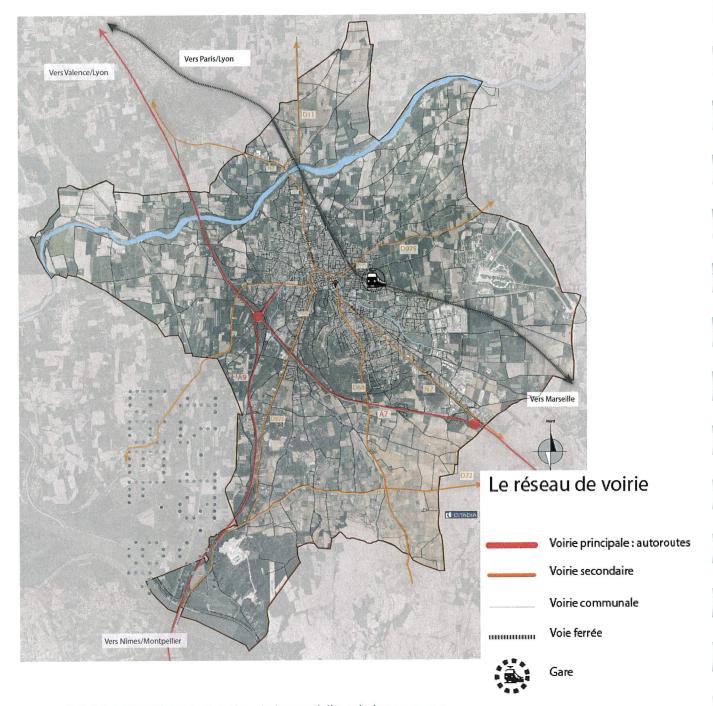
### A.1.4.2 | Desserte communale

Elle comprend plusieurs familles de voiries :

- Une résille de voies étroites (majoritairement piétonnes) caractéristique du centre ancien et un premier anneau de contournement enserrant le noyau urbain médiéval, établi sur le tracé des remparts du 17ème siècle.
- Dans les quartiers périphériques, un quadrillage correspondant aux différentes phases de formation de la Ville :
  - o dans les quartiers les plus anciens, ce sont plutôt des mailles orthogonales de petite taille ;
  - o dans les quartiers plus récents, les voiries en impasse sont le résultat d'opérations isolées à l'intérieur de mailles plus lâches dont la forme irrégulière est issue des tracés des chemins ruraux plus ou moins sinueux.

Un ensemble de voiries convergeant vers le Centre, dont la vocation est double : •

- Une vocation de pénétrante urbaine en regard de la Ville d'Orange ;
- Une vocation de circulation de transit à échelle départementale (RD 17 route de Caderousse, RD 976 route de Roquemaure, RD 68 route de Châteauneuf-du-Pape, RD 950 route de Carpentras, RD 975 route de Camaret) et une voirie nationale d'une importance capitale, la RN7



A.1.4.3 | Le projet de déviation de la RN7 à l'Est de la commune

La ville a réservé un emplacement pour la création de la déviation de la RN7 permettant de déporter le trafic de passage en dehors du centre urbain (poids lourds, trafic de passage...).

Cette déviation correspondra à une voie express.

### A.1.5 | Contexte économique

Source : rapport de présentation du PLU en vigueur et site internet de la ville

### A.1.5.1 | Un tissu économique diversifié

Le tissu économique d'Orange est multiforme. Il comprend des entreprises de tailles diverses qui occupent de nombreux secteurs d'activités dans les secteurs industriels, artisanaux et commercial. Les zones d'activités localisées au Nord et au Sud du territoire à partir des années 1980 ont renforcé le développement économique communal.

### Une économie portée par le développement des services

Les activités économiques à Orange se répartissent dans les divers secteurs d'activité, avec une prédominance des secteurs du commerce et des services qui dynamisent l'économie locale face à un secteur industriel et de la construction qui marquent un ralentissement de l'activité.

De manière générale on observe un développement des activités, avec une hausse du nombre d'établissements à Orange (+15%).

### Un tissu économique alliant grandes et petites entreprises

Les 1296 entreprises constituent un apport important en termes d'emplois au sein de 3113 établissements. Néanmoins, la majorité des activités sont individuelles (65%) et 2000 établissements n'emploient aucun salarié. En 2012, sont recensés sur le territoire communal 47 établissements employant entre 20 et 49 salariés et 32 employant plus de 50 salariés, soit des structures conséquentes. Les entreprises aux effectifs importants ont pour la plupart une activité dans l'administration ou le commerce.

### L'agriculture, un secteur résistant

Le bassin d'Orange se caractérise par le poids important de l'agriculture bien que le nombre des exploitations ait diminué de plus de 60% depuis ces 30 dernières années (395 en 1979 contre 148 en 2010). 1

000000 000000

La commune d'Orange se caractérise par l'importance des espaces agricoles sur son territoire. En effet, la Superficie Agricole Utilisée (S.A.U.) communale s'établissait en 2010 à 2 743 ha, occupant ainsi 47% du territoire communal.

148 exploitations sont recensées sur le territoire.

L'activité agricole d'Orange est marquée par la culture de la vigne. Une grande partie du territoire de la commune est incluse dans l'aire d'Appellation d'Origine Contrôlée (A.O.C.) Côtes du Rhône (décret du 19 novembre 1937).

### Un enjeu de développement de l'activité touristique

Orange bénéficie d'un cadre naturel exceptionnel (Mont Ventoux, Vignobles de Châteauneuf, Plaine du Comtat Venaissin) et d'une grande richesse architecturale et patrimoniale (Théatre Antique, Arc de Triomphe...) des époques romaines, médiévales et modernes.

Au croisement de flux touristiques très fréquentés (via Rhona, via Venaissia), la commune dispose notamment d'une halte fluviale au Sud du territoire, qui présente un potentiel de valorisation important.

La commune a mené une étude d'opportunité en 2014 relatif à la création d'un parcours patrimonial Orangeois sur la base des richesses existantes. Le schéma directeur établi ensuite définit la mise en œuvre de ce parcours qui impliquera la restauration de 6 édifices.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Les données analysées sont issues des recensements agricoles de 1979, 1988, 2000 et 2010.

Au-delà des sites culturels, Orange propose aussi une des manifestations phares du Département, les Chorégies, avec en moyenne 40 000 visiteurs par an. D'autres manifestations comme « Orange se met au Jazz », la «Journée médiévale» ou «les Aut'Antique d'Orange» attirent également un nombre non négligeable de visiteurs.

L'ensemble de ces éléments contribue à la mise en valeur touristique de ce territoire et à la diversification économique de la Commune et de son bassin.

La commune recense une offre d'hébergement touristique conséquente, un atout pour le développement local. Ainsi Orange dénombrait 18 hôtels en 2012, dont une dizaine à proximité directe du centre-historique, permettant d'offrir plus de 800 lits sur l'ensemble de la commune. La majorité est classée en 3 étoiles.

### A.1.5.2 | L'organisation du tissu économique : des espaces différenciés

### Les zones d'activités

160 hectares du territoire orangeois sont destinés spécifiquement à l'activité économique.

Localisées au Nord et au Sud de l'enveloppe urbaine à proximité des principaux axes de circulation automobile, elles présentent des caractéristiques diverses.

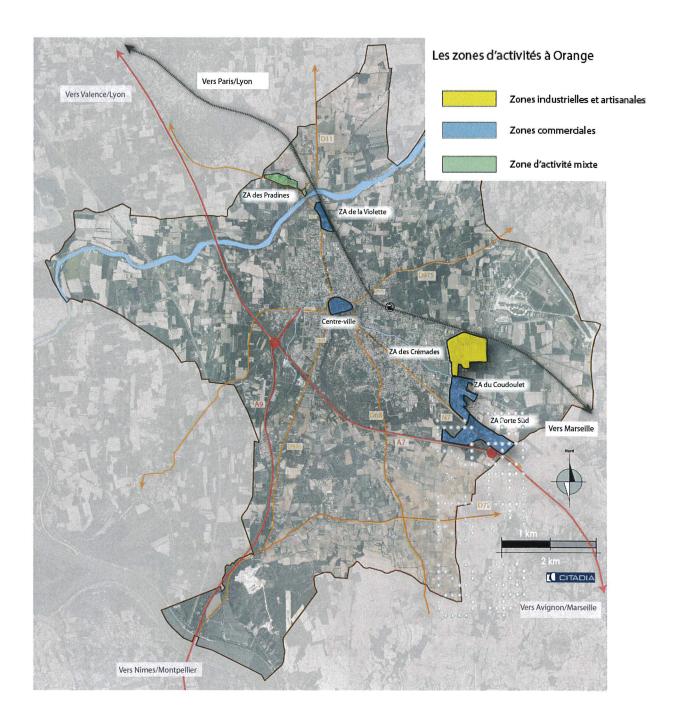
### La zone Nord

Au Nord se trouvent une zone artisanale "les Pradines", puis une zone commerciale "La Violette" qui est organisée autour d'Intermarché.

### La zone Sud

La Zone d'activité Sud se compose de trois pôles :

- la zone industrielle "Les Crémades" organisée autour de la société ISOVER ;
- Dans son prolongement la zone commerciale du "Coudoulet" organisée autour de Carrefour;
- Puis en direction de la sortie autoroute Sud, la ZAC Porte Sud sur laquelle s'est ouvert en mai 2010 un parc commercial de 30 000 m².



### Le commerce en centre-ville

Le centre-ville d'Orange accueille également une activité commerciale dynamique, concentrée dans les rues piétonnes et semi-piétonnes du centre ancien.

Les principaux axes commerciaux sont la rue de la République, la rue Saint-Martin, et la rue Victor Hugo, dessinés en étoile autour de la Place de la République. Les commerces franchisés sont peu nombreux (Etam, Jeff de Bruges...) et les entreprises locales se maintiennent dans le centre, principalement dans les secteurs de l'équipement de la personne, attirant une clientèle à l'échelle de la commune mais aussi au-delà.

Plusieurs superettes de proximité sont localisées en centre-ville, ainsi qu'un certain nombre de commerces alimentaires (boucher, boulanger) et de commerce de bouche (restaurants, snacks).

Le centre-ville conserve un dynamisme commercial notable, malgré la concurrence des zones commerciales de périphérie, se différenciant par la qualité des enseignes et du cadre urbain.

### A.1.6 | Les grandes ambitions du Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLU, zoom sur les ambitions en lien avec le RLP

Source: PADD du PLU

Le PADD du PLU contient un certain nombre d'orientations à prendre en compte dans les choix relatifs au règlement local de la publicité : protection du patrimoine et des paysages, valorisation des entrées de ville ou espaces publics, développement économique (engendrant des besoins en matière de signalétiques...).

Ci-dessous les extraits du PADD concernés :

### AMBITION 2 - ORANGE, VILLE ATTRACTIVE

### 2.1 | Retrouver une image et un dynamisme économique

Principales traductions en lien avec le RLP:

- permettre et encourager le développement d'activités ;
- permettre la restructuration de la zone commerciale dite « Intermarché Nord » ;
- poursuivre l'accueil d'entreprises dans les zones d'activités existantes ;
- favoriser la requalification des zones d'activités.

### 2.2 | Rendre au centre-ville son rôle fédérateur de pôle urbain et commercial

### 2.2.1 | Affirmer la vocation commerciale du cœur de ville

Principales traductions en lien avec le RLP:

- garantir une qualité de vie urbaine par le renforcement des commerces et services de proximité;
- affirmer la vocation commerciale des axes principaux du centre ancien ;

### 2.2.2 | Renforcer l'attractivité et l'accessibilité du centre-ville

Principales traductions en lien avec le RLP :

- maintenir la diversité des fonctions dans le centre-ville ;
- améliorer le lien depuis le centre-ancien avec le futur PEM.

### 2.3 | Préserver et valoriser le patrimoine architectural : Orange, cité romaine

Principales traductions en lien avec le RLP:

- conserver la vocation naturelle du contrefort paysager de la colline Saint-Eutrope, site classé ;
- préserver les éléments bâtis et détails architecturaux les plus remarquables du centre ancien ;
- valoriser, qualifier et développer les espaces publics ;
- poursuivre la dynamique de valorisation des entrées de ville sur le centre ancien, préserver les mises en scène du patrimoine (route de Roquemaure, RN7 Sud, route de Camaret);
- requalifier le boulevard Daladier entre l'avenue de l'Arc et l'avenue de Verdun ;
- assurer la qualité des interfaces avec les quartiers alentours, sous forme de « couture urbaine ».

### 2.4 | Renforcer le tourisme culturel et paysager

Principales traductions en lien avec le RLP:

- développer et améliorer l'offre culturelle et de loisirs ;
- mettre en valeur les ressources naturelles et paysagères du territoire.

### 2.5 | Valoriser la perception du territoire

### Principales traductions en lien avec le RLP:

- requalifier le pôle de la gare, en engageant un projet de valorisation du site, son accessibilité et sa qualité paysagère : création d'un véritable parvis, aménagements de voirie...;
- engager la requalification des entrées de ville routières majeures qui bénéficient aujourd'hui d'un fort potentiel de valorisation. Il s'agit en particulier de la route d'Avignon;
- assurer la qualité urbaine des sites en développement non encore urbanisés situés le long des axes d'entrées de ville;
- travailler la qualité des interfaces zone agricole / zone bâtie, en particulier route de Camaret (D975).

### 2.6 | Renforcer la place de la nature en ville

### Principales traductions en lien avec le RLP :

- pérenniser et mettre en valeur les espaces publics et parcs existants ;
- permettre la mise en valeur des bords de Meyne, coulée verte et bleue dans sa traversée urbaine ;
- poursuivre la réalisation du Schéma de mise en valeur de la colline Saint Eutrope ;
- aménager des cheminements piétons prenant appui sur la trame verte et bleue, le long du canal de Pierrelatte, d'alignements arborés, ...;

### **AMBITION 3 – ORANGE, VILLE DURABLE**

### 3.2 | Préserver les richesses naturelles du territoire, construire da grame verte et bleue

### Principales traductions en lien avec le RLP:

favoriser le maintien et le développement des exploitations agricoles ;

### **AMBITION 4 – ORANGE, VILLE CONNECTEE**

### 4.2 | Améliorer le réseau de voiries de l'ensemble des secteurs de la commune

### 4.2.2 | Améliorer l'accessibilité des zones d'activités

### Principales traductions en lien avec le RLP:

- différencier le trafic local du transit régional et sécuriser les mobilités dans la traversée urbaine d'Orange par la mise en œuvre du projet de déviation de la RN7 à l'Est de la commune ;
- apporter un caractère plus urbain à certains axes (requalification de la N7, boulevard Daladier, entrées de ville);
- développer et hiérarchiser les liaisons Est/Ouest dans les quartiers Nord par la création de traversantes;
- requalifier et désenclaver les voies de desserte de la zone du Coudoulet et des Portes Sud (N7).

### A.2 | Contexte règlementaire

### A.2.1 | Dispositifs publicitaires concernés par le RLP

### A.2.1.1 | Trois dispositifs concernés :

L'enseigne (article L581-3 du CE) = toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce

- Dispositif installé sur la façade commerciale ou l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription, forme ou image
- Elle concerne les chevalets au sol lorsque ceux-ci sont placés sur l'emprise d'un espace faisant l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasse de restaurant, ...)

### Exemples:

















La publicité ou préenseigne : panneau publicitaire installé à distance du lieu de l'activité ou de l'évènement. Il indique la proximité de celle-ci ou fait la promotion d'un produit en lien avec l'activité, ou de l'évènement.

La publicité (article L581-3 du CE) = Toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

### Exemples:







La préenseigne (article L581-3 du CE) : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

### Exemples:







Les dispositifs concernés sont ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique > voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Art. L581-2 et R581-1

CE

Ces dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

### A.2.1.2 | Supports spécifiques

Le mobilier urbain *CE* 

Art. R581-42 à R581-47

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité.

Mobilier urbain pouvant supporter de la publicité : les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les môtis porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Art. R581-45

CE

Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46)

Art. R581-46

CE



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

### Les bâches

Les bâches comprennent : CE

Art. R581-53

- Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

### Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

### A.2.2 | Dispositifs qui ne relèvent pas du RNP

### Les Signalétiques d'Information locales (SIL) et les chartes

Les Signalisations d'Informations Locales (SIL) et les chartes commerciales communales, entre autres, sont des dispositifs complémentaires et indépendants.

Ils permettent d'harmoniser les pratiques et de donner une meilleure lisibilité aux activités économiques du territoire qui participer à la préservation du cadre de vie.

Le département du Vaucluse a élaboré une charte signalétique d'information locale. En tant que dispositif complémentaire au RLP, ce document est annexé au présent rapport.

### La publicité sur véhicules

Les publicités sur les véhicules de transport en commun (réseau STAS), sur les taxis et sur les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires (exemple : artisans, entreprises...) ne sont pas réglementés par le RNP.

### A.2.3 | Les périmètres règlementaires spécifiques

### A.2.3.1 | Les périmètres d'interdiction stricte de publicité

### Les périmètres d'agglomérations (L581-7 du CE)

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route (R110-2 CR), constitue « l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». Dans le RLP, la réalité physique de l'agglomération prime sur la

réalité formelle (localisation des panneaux d'entrée de ville). Elle peut correspondre aux espaces bâtis, caractérisés par (doctrine administrative) :

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

### La commune d'Orange compte 1 agglomération :

- <u>l'agglomération principale</u>, qui regroupe la très grande majorité des activités, services, zones résidentielles de la commune.

En dehors des lieux qualifiés d'« agglomérations », toute publicité et préenseignes autres que dérogatoires² est interdite.



<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Sont concernées les préenseignes signalant (R581-19 CE) :

<sup>-</sup> les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite

<sup>-</sup> à titre temporaire, les opérations exceptionnelles qui ont pour objet les immeubles dans lesquels elles ont lieu ou les activités qui s'y exercent et les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui ont lieu ou y auront lieu.

### Le périmètre d'agglomération

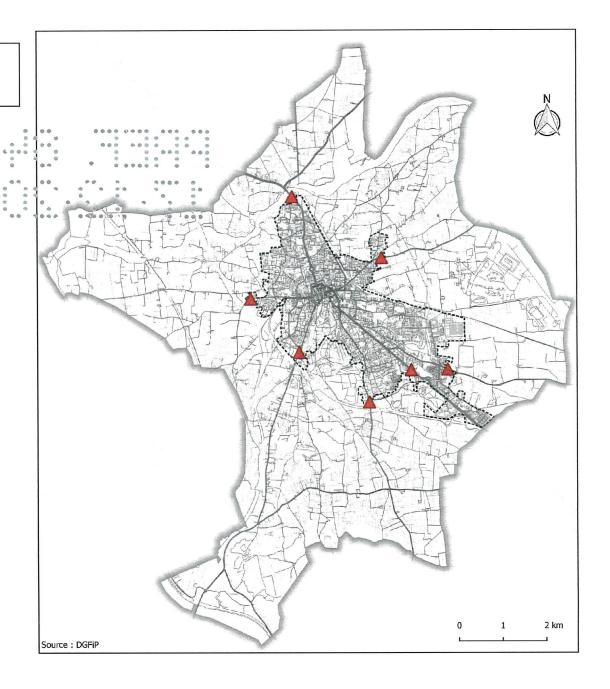
Règlement Local de Publicité de la commune d'Orange

### Légende

Périmètres d'agglomération

A

Emplacement des panneaux d'entrée d'agglomération



Hors agglomération, elle est toutefois autorisée « à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. »

> Orange non concernée

### Les autres périmètres urbains et environnementaux

Toute publicité est interdite en agglomération :

### Art. L581-4 CE

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

Périmètres concernés sur la commune d'Orange, si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération

Perimetres concernes sur la	concernés sur la commune d'Orange <u>, si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération</u> :				
	18 monuments historiques classés, inscrits ou partiellement inscrits :				
	- Arc antique de Marius				
	- Cathédrale Notre-Dame-de-Nazareth (ancienne)				
	- Espace Clodius				
	- Fontaine place des Cordeliers				
	- Hôtel de Jonc				
	- Hôtel de Monier-Vinard				
	- Hôtel de Ville				
	- Hôtel-Dieu (ancien)				
Monuments historiques	- Ilot Pontillac				
	- Maison 4, rue de Tourre				
	- Maison médiévale				
	- Mur romain (restes du forum)				
	- Murs romains				
	- Rempart romain				
	- Site archéologique bordant le théâtre antique				
	- Site archéologique de la colline Saint-Eutrope				
	- Théâtre antique				
	- Théâtre municipal				
Sites classés	1 site classé : la colline Sainte-Eutrope				

Toute publicité est interdite en agglomération :

- Au sol, dans les espaces boisés classés (EBC du PLU) identifiés en agglomération

  Art. R581-30

  CE
- Au sol, dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au PLU

  Art. R581-30
  CE
- Au sol, dans les zones où les affiches sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute, ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération

Art. R581-31

CE

> Orange concernée par l'A7 qui longe l'agglomération.

### A.2.3.2 | Les périmètres d'interdiction « relative » de publicité

### >> Dérogation possible à l'interdiction dans le cadre du RLP, en agglomération

### Art. L581-8 CE

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS);
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000)

Périmètres concernés sur la commune d'Orange, si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération :

Monuments historiques  Dans ces périmètres, l'interdiction de publicité s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui.  Sites inscrits  L'Aygues: directive Habitats (FR9301576)  Le Rhône aval: directive Habitats (FR9301590)			Périmètre de 500 mètres autour des 17 monuments historiques.
Sites inscrits  1 site inscrit : les façades des immeubles entourant la place des Frères Mounet.  L'Aygues : directive Habitats (FR9301576)			Dans ces périmètres, l'interdiction de publicité s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti,
L'Aygues : directive Habitats (FR9301576)			visible au monument historique ou visible en même temps que lui.
Sites Natura 2000 · · · · · · I · · · · · · ·	Sites inscrits		1 site inscrit : les façades des immeubles entourant la place des Frères Mounet.
	Sites Natura 2000		L'Aygues : directive Habitats (FR9301576) Le Rhône aval : directive Habitats (FR9301590)

### Art. L581-7 CE

La publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

> Orange non concernée

Synthèse des périmètres règlementaires : cf. cartes pages suivantes

# Les Périmètres d'interdictions strictes

Règlement Local de Publicité de la commune d'Orange

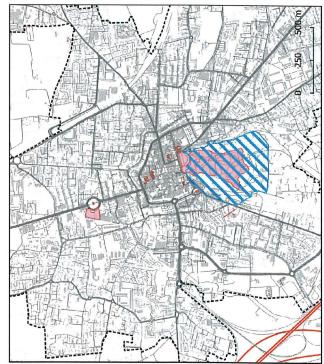
# Légende

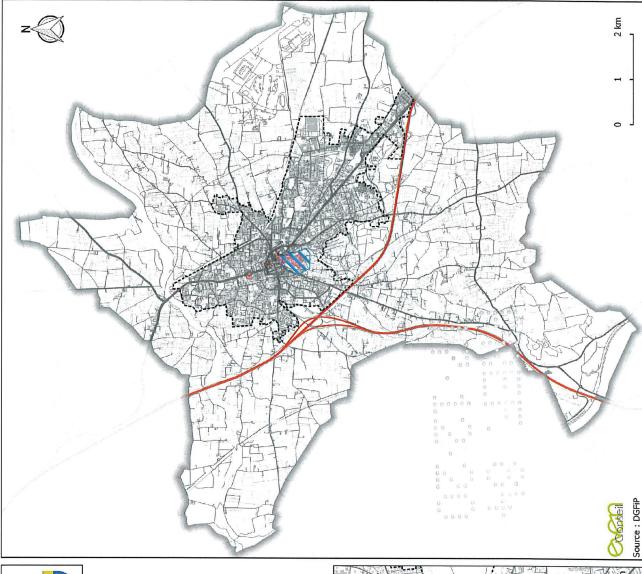
Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques

Site Classé "Colline Sainte-Eutrope"

Périmètres d'agglomération

Autoroutes (Concernées par l'article R381-31 du Code de l'environnement)





# Source : DGPp

# Les Périmètres d'interdictions relatives

Règlement Local de Publicité de la commune d'Orange

× 0

# Légende

Périmètre d'agglomération ajustée à la réalité physique ----- du territoire

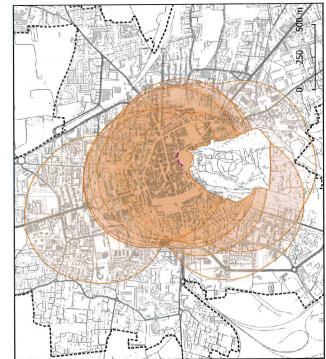
Tope No

Zone Natura 2000

Périmètre de protection des monuments historiques (500 m et dans les champs de visibilité du monument)

Site

Site inscrit



District out of the last of th

### A.2.4 | Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes

### A.2.4.1 | Dispositifs spécifiques interdits

La publicité ne peut être apposée :

- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) Art. R581-27 CE
- sur les arbres Art. L581-4 CE
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré

  Art. R581-22

  CE
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; Art. R581-22
- Sur les murs de cimetière et de jardin public.

  CE

  Art. R581-22

A titre informatif, il est rappelé que le code de la Route interdit la publicité sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière.

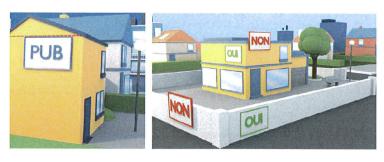
Art. R418-3
CR

### A.2.4.2 | Implantation sur la parcelle ou le bâtiment

La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout du toit.

Art. R581-27





La publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol *CE* 

Art. R581-27

Saillie sur façade des enseignes installées parallèlement à celle-ci : 0,25m CF

Art. R581-28

Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-33

33

### A.2.4.3 | Densité

Sur le domaine privé : Art. R581-25

CL

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

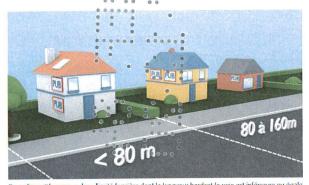
- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Aucune règle d'inter distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires, dont l'inter-distance est de 100 mètres.

CE

R581-55



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 disposilifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Sur le domaine public :

Art. R581-25

Maximum 1 dispositif au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

+ 1 dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres supplémentaires d'unité foncière.

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires qui est au minimum de 100 mètres.

Art. R581-55

CE

### A.2.4.4 | Graphisme

Sur toiture, la publicité lumineuse ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base. *CE* 

Art. R581-39

### A.2.4.5 | Dimensions

> Dispositions applicables dans les agglomérations de l'unité urbaine d'Avignon (+ 100 000 habitants)

### Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale Art. R581-26 CE	12 m²	<b>7,5 m</b> au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol Art. R581-32 CE	12 m²	6m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain Art. R581-43 à 47 CE	2 m² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 12 m² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Publicité sur bâches (bâches de chantier et bâches publicitaires)  Art. R581-53 CE	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception)	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle  Art. R581-56 CE	Non règlementé	-
Publicité de petit format Art. R581-57 CE	1 m² Cumulée : 2m² et 1/10e de la surface de la devanture commerciale	-

### Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale Art. R581-34 CE	8 m²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol Art. R581-34 CE	8 m²	6 m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain Art. R581-43 à 47 CE	2 m² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m <sup>2</sup>	-
Publicité sur toiture Art. R581-38 CE	Non règlementée	Fonction de la hauteur de la façade

<sup>&</sup>gt; Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Art. R581-35

### A.2.4.6 | Affichage d'opinion – Obligation de réserver une surface minimale

Art. R581-2 CE

La surface minimale que la commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est «  $12 \text{ m}^2 + 5 \text{ m}^2$  par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants ».

> Avec 29 212 habitants (chiffre INSEE 2016), la commune d'Orange doit réserver au moins 22  $m^2$  à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux associations.

### A.2.5 | Les principales dispositions applicables aux enseignes

### A.2.5.1 | Dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou un balcon Art. R581-61
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

  Art. R581-59
  CE

### A.2.5.2 | Implantation

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit.

Art. R581-60
CE

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Art. R581-61

CE

### Saillies:

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres Art. R581-60
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètres Art. R581-60
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10<sup>e</sup> de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres
   Art. R581-61

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-64
CE

### A.2.5.3 | Graphisme

Enseignes installées sur toiture ou terrasse : lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base.

Art. R581-62

CE

### A.2.5.4 | Dimensions

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne
Enseigne sur façade commerciale <i>Art. R581-63 CE</i>	Surface cumulée :  15% de la surface de la façade commerciale si façade ≥ 50m²  25% de la surface de la façade commerciale si façade < 50m²  (sauf exceptions)	-
Enseigne sur toiture  Art. R581-62 CE	60 m² cumulés pour un même établissement (sauf exceptions)	3m lorsque hauteur façade ≤ 15m 1/5e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m, si hauteur façade > 15m
Enseigne sur auvent que marquise  Art. R581-60 CE		1 m
Enseigne sur balcon et balconnet  Art. R581-60 CE		Hauteur du garde-corps ou de la barre d'appuis du balconnet ou de la baie
Enseigne scellées ou installée directement sur le sol Art. R581-65 CE	12 m² unitaire sur l'agglomération principale (+10 000 habitants) 6 m² unitaire hors agglomération	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m

### A.2.5.5 | Densité

Enseigne sur façade commerciale <i>Art. R581-63 CE</i>	-
Enseigne sur toiture Art. R581-62 CE	-
Enseigne sur auvent ou marquise Art. R581-60 CE	
Enseigne sur balcon et balconnet Art. R581-60 CE	-
Enseigne au sol Art. R581-64 CE Art. R581-65 CE	Enseignes de plus de 1 $m^2$ : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 $m^2$ : non règlementé

A.2.5.6 | Enseigne lumineuse

Art. R581-59

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



### A.2.6 | Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires

Les enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Art. R581-69
CE

### A.2.6.1 | Spécificité aux enseignes temporaires

Elles suivent les règles d'extinctions lumineuses des enseignes permanentes.

Art. R581-70

CE

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit.

Art. R581-70 et 60 CE

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Art. R581-70 et 61

CE

Saillies:

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres

Art. R581-70 et 60

- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres

Art. R581-70 et 61
CE

Les enseignes de plus de 1 mêtre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mêtres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété.

Art. R581-64

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m²).

Art. R581-70 et 62

La surface des enseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 12 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol.

Art. R581-70
CE

### A.2.6.2 | Spécificité aux préenseignes temporaires

Hors agglomération, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si :

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation

Art. R581-71 CE

## A.3 | Bilan du RLP en vigueur

Date d'approbation : 21 juillet 1999

### ZONES DE PUBLICITE

### 2 zones de publicité restreinte

- Zone de Publicité restreinte ZPR1: centre-ville (rue Saint-Clément le long du cimetière, avenue des Thermes, rue des Tanneurs, rue Saint-Jean, pont de l'Ange, rue du Noble-rue Contrescarpe (côté ouest), rivière Meyne jusqu'à l'intersection avenue Maréchal Foch /route de Châteauneuf, montée des Amandiers pour rejoindre le site de la Colline) + zone de l'Arc de Triomphe et l'axe de liaison entre l'Arc de Triomphe et l'intersection de la rue Auguste Lacour et du Boulevard Daladier au sud, entre l'Arc et la rue Jean Hervé au nord
- Zone de Publicité restreinte ZPR2 : reste de l'agglomération à l'intérieur des panneaux d'entrée ou de sortie de ville

### 3 zones de publicité autorisée (ZPA)

- Au Sud de l'agglomération, quartier du Coudoulet ;
- Au Sud de l'agglomération, la ZAC Portes Sud ;
- Au Nord de l'agglomération, quartier de la Violette : zone commerciale.

### DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Dispositions relatives à la publicité - Synthèse

00 00 00

	ZPRI	ZPR2
	0	12 m² maximum (moulure exclue)
		1 seul panneau par façade murale.
Publicité murale interdit		Le panneau ne devra pas couvrir + de 50 % de la
0 0 0 0		surface du mur
Publicité scellée ou posée au sol	6-0-0-0	12 m² maximum par face (moulure exclue)
		Densité :
		<ul> <li>Interdit sur parcelle dont linéaire en façade</li> </ul>
		< 20 m;
		<ul> <li>3 dispositifs maximum si parcelle dont</li> </ul>
	Interdit	linéaire en façade ≥ 40 m.
		Interdite autour de tous les giratoires dans un rayon
		de 20 mètres calculé à partir du centre du rond-
		point.
Publicité sur mobilier urbain	Autorisée hormis dans un rayon de 150m	Autorisée
	autour de l'Arc de Triomphe	8 m² maximum, 2 m² si implanté dans un rayon de
	8 m² maximum	20 mètres autour du centre des ronds-points.
Lumineux	Autorisée	Autorisée
	RNP (12 m² maximum, 8 m² pour le	RNP (12 m² maximum, 8 m² pour le numérique)
	numérique)	

Dispositions spécifiques à l'intérieur du parking souterrain : la publicité est autorisée. Surface unitaire maximale des publicités non lumineuses : 4m².

Publicité sur palissade de chantier autorisée sur l'ensemble du territoire dans les conditions suivantes :

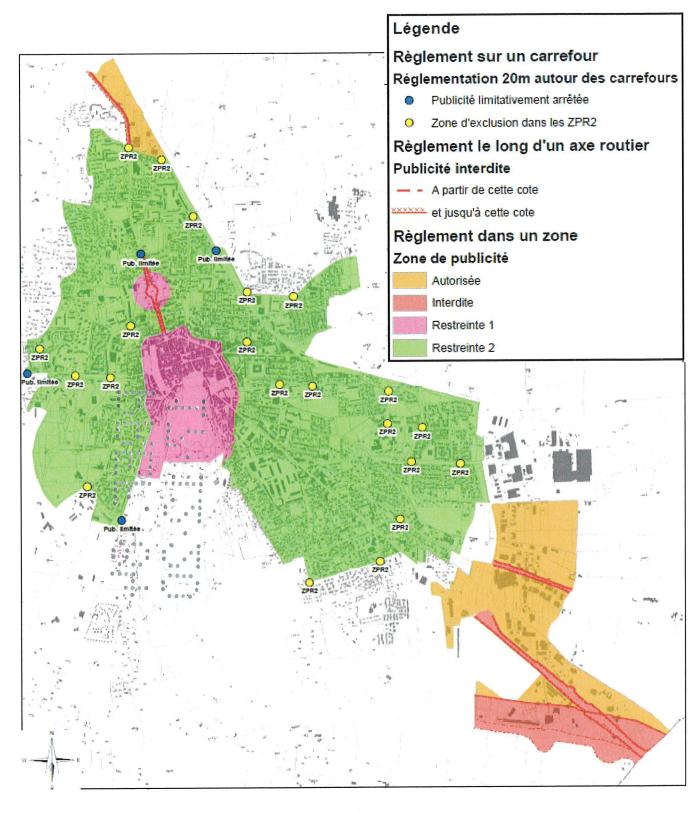
- Surface maximale: 12 m²;
- Espacement entre chaque publicité : 12 mètres ;
- Chaque publicité ne pourra dépasser le bord supérieur de la palissade, limité à 4 mètres.

	ZPA – quartier du Coudoulet / quartier de la Violette / ZAC Portes Sud		
Publicité murale		12 m² maximum par face (moulure <u>inclue</u> )	
		12 m² maximum par face (moulure <u>inclue</u> )	
		Hauteur : 6 m maximum	
		Densité :	
Publicité scellée ou posée au sol	Autorisées, sauf :  - Le long de la RN7 sur une bande de 10 mètres à partir du bord extérieur de la chaussée, - Le long de la route de Jonquières, - Le long de la future voie de déviation de la RN7	<ul> <li>2 dispositifs simple face maximum par parcelle en implantation parallèle à la voie</li> <li>OU</li> <li>2 dispositifs double face en implantation perpendiculaire à la voie</li> <li>Interdistance entre 2 dispositifs : 100m</li> </ul>	
Publicité sur mobilier urbain		8 m² maximum	
Lumineux		12 m² maximum, 8 m² pour le numérique	

### Dispositions relatives aux enseignes – Synthèse

Absence de dispositions spécifiques relatives aux enseignes dans le RLP.





Zonage en vigueur

### ANALYSE DU ZONAGE:

### Enjeux de la révision du RLP:

- Un plan de zonage globalement bien lisible, à la parcelle.
- Des ZPA (zone de publicité autorisée) qui n'ont plus vocation à exister. Toute publicité est interdite hors agglomération depuis le décret de 2012.

Toutefois, sur Orange, les zones commerciales « la Violette » et « Orange les Vignes », ainsi que la zone d'activité du Coudoulet et la zone industrielle des Crémades, initialement classées ZPA au RLP en vigueur, sont maintenant rattachées à l'agglomération principale, car situées en agglomération. Elles pourront donc toujours recevoir de la publicité, à l'inverse de ZPA qui n'auraient pas connues de conurbation avec l'agglomération initiale (pas le cas sur Orange).

Le terme ZPA n'existe plus dans la nouvelle réglementation.

- Une localisation des ronds-points qui peut alourdir le plan de zonage
- Un zonage à ajuster à l'évolution de l'occupation du sol (extension de l'enveloppe d'agglomération depuis 2010).

### ANALYSE DU REGLEMENT:

### Publicités et préenseignes

- En ZPR2, la surface maximum de 12 m² fait référence au format du « panneau » (qui se distingue de celui du cadre dans ce règlement). Cette surface maximum imposée par da doi, si elle est conservée, devra dorénavant s'entendre « cadre compris ». En effet, le Conseil d'Etat du 6 octobre 1999 ainsi que celui du 20 octobre 2016, précisent qu'il convient de prendre en compte non pas la seule surface de la publicité mais l'ensemble de la structure. Le RLP ne pourra donc imposer un format supérieur à 12 m² éléments d'encadrement compris. Cf. arrêts en Conseil d'Etat de 2016 et 2017, requêtes n°395494 et n°408801.
- Les règles de densité ne pourront pas être plus souples que la règlementation nationale (cf. règlement ZPR2 qui autorise jusqu'à 3 dispositifs sur les parcelles dont le linéaire en façade est au moins égal à 40 m). En effet, sur les unités foncières de longueur entre 40 et 80 mètres, le Code impose au maximum de deux dispositifs. Cf. article R581-25 du CE
- Là où elle est autorisée, la publicité lumineuse n'est pas encadrée (en termes de dimension, densité, ...), à l'inverse de la publicité non lumineuse, alors que son impact visuel peut être plus important. Celle-ci ne pouvant plus être soumise à autorisation (mais uniquement à déclaration), une attention particulière devra être portée sur ce type de dispositif dans le RLP révisé.
- Pour faciliter la gestion administrative des dispositifs, il est préconisé de privilégier des règles d'interdistance à l'échelle des unités foncières et entre les différents dispositifs (cf. règlement ZPA).
- Concernant la publicité sur palissade de chantier, le RLP l'autorise « sur l'ensemble du territoire communal » (article 4 du RLP). Il est rappelé que même pour ce type de support, la publicité reste autorisée uniquement en agglomération. Cf. article L581-7 du CE.
- Concernant la publicité en parking souterrain, celle-ci ne pourra plus être règlementée dans le futur RLP.
   En effet, lorsque les publicités, les enseignes et les préenseignes sont installées dans des locaux qui ne sont pas principalement utilisés comme support de publicité tels les galeries marchandes ou les parkings souterrains, l'article L.581-2 les exclut du champ de la réglementation.

### Enseignes:

 Des dispositions qui pourraient être renforcées sur certains secteurs à enjeux (centre historique, abords du centre historique, pôles commerciaux, ...): aucune disposition dans le RLP en vigueur.

# A.4 | Etat des lieux et enjeux publicitaires

### A.4.1 | État des lieux général

La commune d'Orange est concernée par la présence de l'ensemble des dispositifs règlementés par le Code de l'Environnement (publicités, préenseignes, enseignes).

### A.4.1.1 | Localisation des publicités et pré enseignes présentes sur le territoire

Les principaux secteurs concernés par de l'affichage publicitaire type publicités et préenseignes sont :

### En forte densité :

- La N7 (Route d'Avignon, Avenue de Verdun, Route de Lyon);
- L'Avenue Jean Moulin et son prolongement rue du Terrier;
- La D17 (Route de Caderousse, Avenue Charles de Gaulle);
- La frange urbaine de la D975 (Route de Camaret);
- Les zones d'activités commerciales.

### En densité plus modérée :

- L'avenue Maréchal de l'attre de Tassigny ;
- Une partie de la route de Camaret ;
- Une partie de la rue Saint-Clément ;
- L'avenue du 18 juin 1940;
- La rue du Bourbonnais;
- L'avenue Henri Fabre ;
- Les abords du centre historique (Boulevard Edouard Daladier, Cours Aristide Briand, Rue de Tourre);

### Plusieurs secteurs sont globalement bien préservés de l'affichage publicitaire :

- La D68 (Route de Châteauneuf, Rue de Châteauneuf);
- La D976 (Route de Roquemaure, une partie de la Rue Saint-Clément);
- L'Avenue des Etudiants ;
- L'Avenue Antoine Pinay;
- L'Avenue de l'Argensol;
- L'Avenue des Crémades ;
- L'Avenue de l'Arc de Triomphe ;
- Le centre historique « intra-muros ».

# Etat des lieux de la publicité et Réglement Local de Publicité de la commune d'Orange pré-enseignes

# Principaux secteurs visuellement impactés

Secteurs concernés par une forte densité publicitaire

dont entrées de ville Traversées urbaines

Zones commerciales

Secteurs présentant plus ponctuellement de l'affichage publicitaire (densité modérée)

Axes, traversées urbaines



Abords centre-ville

Secteurs globalement bien préservés de l'affichage publicitaire

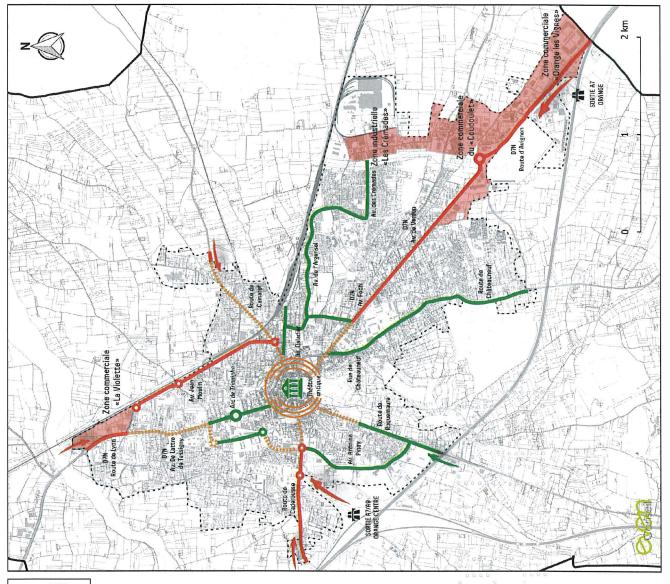


dont entrées de ville Axes préservés



Centre historique





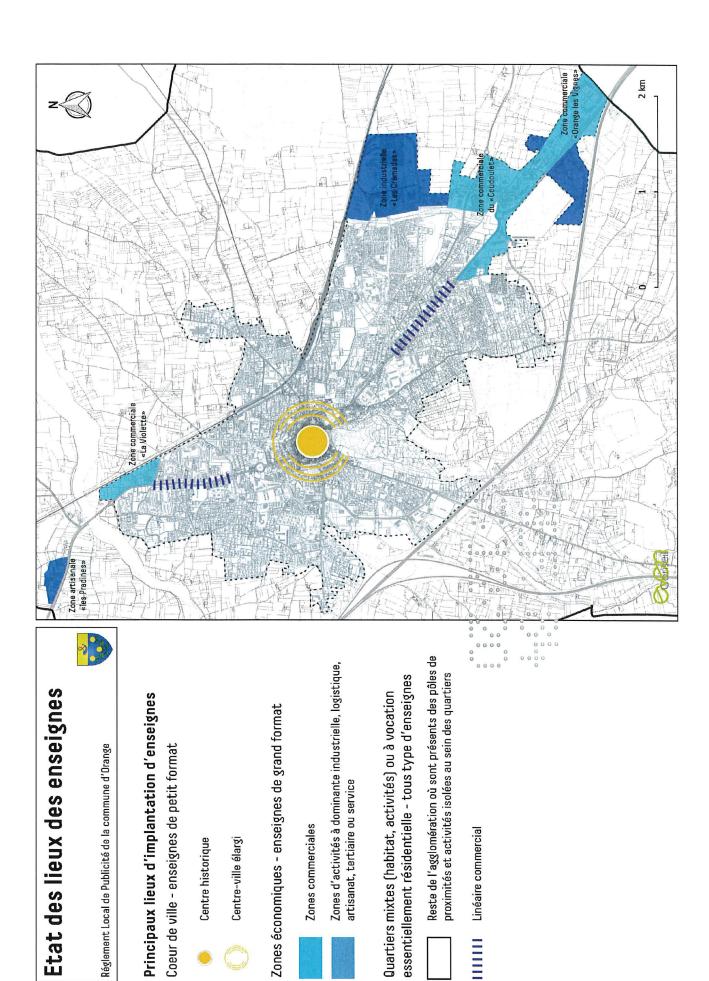
### A.4.1.2 | Localisation des enseignes présentes sur le territoire

Des enseignes sont identifiées sur l'ensemble de la commune, avec une densité plus importante sur les pôles économiques structurants :

- Le centre historique et le centre-ville élargi;
- Les pôles commerciaux de proximité (avenue de Verdun, quartier de l'Argensol, avenue Maréchal de Tassigny);
- Les zones d'activités commerciales (zone commerciale « La Violette », zone commerciale du « Coudoulet », zone commerciale « Orange les Vignes » ;
- Les zones d'activités et industrielles (Zone industrielle des Crémades, zone artisanale « les Pradines »).

Des enseignes sont également présentes hors agglomération, en lien avec les activités agricoles et le Golf d'Orange.





# A.4.2 | Conformité des dispositifs aux dispositions du RLP ou à la règlementation nationale

### Exemples de publicités / préenseignes non conformes

Plusieurs dispositifs situés hors agglomération :

« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. » (L581-7 CE)

> D976



> Route de Camaret





« Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite : 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; » (R581-22 CE)

> Zone commerciale « Orange les Vignes »



Dispositifs interdits sur les poteaux d'éclairage public :

« La publicité est interdite sur 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 » (R581-22 CE)



Plusieurs « mobiliers urbains » non conformes :

Certaines barrières reçoivent aujourd'hui de la publicité et des préenseignes sur la commune. Ce type de mobilier pourrait rentrer dans la catégorie des <u>mobiliers pouvant recevoir de la publicité</u> en tant que « mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques » (Article R.581-42 à R581-47 du CE).

Toutefois, en l'état, ceux-ci ne répondent pas aux autres critères autorisés par la loi :

En effet, « le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité » (article R.581-42 du CE), c'est-à-dire que :

- la vocation principale du mobilier est la diffusion d'informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.
- la face la mieux visible doit être réservée aux informations non publicitaires à caractère général ou local, et non à la publicité.

Ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.









Si ce type de dispositifs devait être considéré comme de <u>la publicité scellée au sol</u> (autre que mobilier urbain), alors il devrait répondre aux critères suivants :

- « La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol » (article R581-27 du CE).
- « Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires. Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une

longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première. » (article R581-25 du CE) Ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

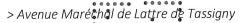
### Exemples d'enseignes non conformes

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. » (R581-60 CE)





« 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 CE)





> Avenue de Verdun



> Route d'Avignon



### > Avenue du Général de Gaulle



« Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. » (R581-62 CE)

### > Route d'Avignon





« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. » (R.581-63 CE)

La surface cumulée des enseignes installées sur les façades ci-dessous représente plus de 25% de la surface de cette façade.

### > Avenue de Verdun



> Rue de Tourre



### > Centre historique



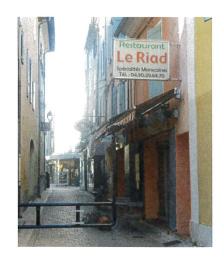
« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. » (R581-60 CE)

### > Avenue Rodolphe d'Aymard



« Les enseignes perpendiculaires au mur ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les 2 alignements de la voie publique [...]. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 mètres. » (R.581-61 CE)

La saillie de l'enseigne en drapeau ci-dessous est supérieure à 1/10<sup>ème</sup> de la distance séparant les 2 alignements de la voie publique.



Les enseignes ne peuvent dépasser 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large » (R.581-65 CE)

### > Avenue de Verdun



« La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R.581-64 est de 6  $m^2$  » (R.581-65 CE règlementant les enseignes hors agglomérations)

### > Route de Camaret



### A.4.3 | Publicités et préenseignes : diagnostic par type de secteur

### A.4.3.1 | Entrées de villes et traversées urbaines à forte densité publicitaire

### Secteurs concernés

Plusieurs secteurs sont concernés par une forte prégnance visuelle de l'affichage publicitaire :

- La N7 > entrée Sud du territoire (sortie A7 Orange Sud) :
  - o Route d'Avignon > entrée sud du territoire, accès par la sortie A7 « Orange Sud » ;
  - o Avenue de Verdun.
- La N7 > entrée Nord du territoire (en provenance de Piolenc) :
  - o Route de Lyon > entrée nord du territoire ;
  - o Avenue Maréchal de Lattre de Tassigny.
- L'Avenue Jean Moulin et la rue du Terrier ;
- La D17 > entrée Ouest du territoire :
  - o Route de Caderousse;
  - o Avenue Charles de Gaulle (sortie A7 et A8 Orange centre);
- La D975 (Route de Camaret) > entrée Est du territoire.

# Dispositifs publicitaires présents

Sur l'ensemble de ces secteurs sont identifiés de nombreux dispositifs se succédant de part et d'autre des axes :

- publicités et préenseignes scellées au sol ou murales, jusqu'à 12 m²
- publicité sur des mobilier urbain : sucette et abri-bus de 2 m², mats porte affiche jusqu'à 8 m².

Leur format et densité engendre une forte empreinte visuelle sur ces entrées de ville principales.

Route d'Avignon, les nombreux dispositifs scellés au sol s'accumulent à la présence d'enseignes de grand format également scellées au sol

### Points noirs paysagers

- Une accumulation publicitaire qui marque fortement l'espace urbain et engendre une 1<sup>ère</sup> image peu qualitative du territoire sur ces entrées de ville majeures, accessibles depuis les grands axes routiers et touristiques (autoroutes, ...).
- Des formats peu adaptés au contexte urbain sur les axes secondaires (secteurs à caractère résidentiel, avec une emprise plutôt étroite de la voirie).
- Une pollution de la frange urbaine route de Camaret, sur cette interface avec les espaces agricoles.

### Atouts paysagers / patrimoniaux identifiés

Avenue de Verdun : cônes de vue sur la colline Sainte-Eutrope.

Avenue Maréchal de Lattre de Tassigny : cônes de vue sur l'Arc de Triomphe.

Route de Caderousse : vue sur le mont Ventoux au loin.

Des entrées de ville par la N7 marquées par de remarquables alignements d'arbres.

Axe N7 - Route d'Avignon > Entrée Sud







Route d'Avignon - Entrée vers la ZAC du Coudoulet



Avenue de Verdun > Vue sur la colline Saint-Eutrope au loin















N7 – Route de Lyon > Entrée nord













Avenue Jean Moulin









Rue du Terrier





Axe D17 – Route de Caderousse > Entrée Ouest, vue sur le mont Ventoux





Axe D17 – Avenue du Général de Gaulle > Entrée Ouest









Axe D975– Route de Camaret > Entrée Ouest, frange urbaine









### Rappel des règles du RLP en vigueur

Zonage concerné au RLP en vigueur : **ZPA** (route d'Avignon, route de Lyon)

- Publicité murale, scellée au sol autorisée jusqu'à 12 m².
- Scellée au sol : 2 dispositifs maximum par parcelle avec interdistance de 100 m entre 2 dispositifs
- Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m²
- Publicité lumineuse et numérique autorisée respectivement jusqu'à 12 et 8 m² (RNP).
- Toute publicité interdite le long de la RN7 sur une bande de 10 mètres à partir du bord extérieur de la chaussée.

Zonage concerné au RLP en vigueur : **ZPR2** (av. de Verdun, av. Maréchal de Lattre de Tassigny, av. Jean Moulin, rue du Terrier, av. Charles de Gaulle, route de Camaret)

- Publicités murale, scellée au sol, autorisées jusqu'à 12 m² (moulure exclue)
  - > Au sol : interdit sur parcelle dont linéaire en façade < 20 m
    - 3 dispositifs maximum si parcelle dont linéaire en façade ≥ 40 m
  - > Mural: 1 dispositif par façade
- Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m²
- Publicité lumineuse et numérique autorisée respectivement jusqu'à 12 et 8 m² (RNP).

### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

- > Réduction obligatoire des surfaces publicitaires à 12 m² moulures incluses ;
- > Publicités murales et scellées au sol : maintien des usages actuels, globalement conformes aux dispositions de la règlementation nationale (possibilité d'installation de publicité jusqu'à 12 m², au sol et en façade) Dé-densification toutefois sur certains secteurs où s'accumulent plus de publicités qu'autorisées par longueur d'unité foncière, en particulier sur la frange urbaine route de Camaret. Route d'Avignon, suppression également de plusieurs dispositifs implantés dans la bande de 10 mètres du bord extérieur de la chaussée.
  - >> Une certaine dé-densification des dispositifs existants par la suppression de quelques dispositifs en surdensité...
  - >>> ... Mais une emprise visuelle qui reste importante par le maintien d'un grand nombre de dispositifs de grands formats : des entrées de ville et une première image qui restent valorisables.
- > Un possible développement de publicités numérique de grand format, avec un impact visuel significatif.

### Enjeux

### ► Enjeu d'attractivité du territoire

- une valorisation paysagère des axes concernés (en fonction du profil de voie), première image du territoire
- une anticipation du développement de l'affichage numérique de grand format.
- une mise en valeur des entrées vers le site UNESCO du centre historique d'Orange, ville romaine.

- ► Enjeu de cadre de vie : une adéquation des possibilités d'affichage à l'environnement traversé (zones commerciales, porte d'entrée du site patrimonial, ...) > formats, type de supports, ...
- ► Enjeu patrimonial : la valorisation des cônes de vue sur les éléments marqueurs du paysage et du patrimoine (colline Sainte Eutrope, ...) ?



### A.4.3.2 | Les zones d'activités et commerciales

### Secteurs concernés

- Zone commerciale du Coudoulet ;
- Zone commerciale « Orange les Vignes » ;
- Zone commerciale « La Violette » ;
- Zone industrielle « Les Crémades ».

### Dispositifs publicitaires présents

Présence de publicités et préenseignes de grands formats, essentiellement scellées au sol, jusqu'à 12 m². Plusieurs doublons, dispositifs installés côte à côte.

Présence également de publicité sur mobilier urbain : essentiellement sucette et abri-bus de 2 m².

### Points noirs paysagers

Sur ces secteurs, l'accumulation de grands panneaux publicitaires (publicité et préenseignes), d'enseignes au sol et de panneaux de signalisation engendre :

- > Une forte emprise visuelle de l'affichage publicitaire,
- > Un impact sur la lisibilité des façades commerciales et une perte de lisibilité des différentes informations, par l'accumulation des nombreux mobiliers publicitaires (publicités, préenseignes et enseignes).

Zone commerciale du Coudoulet / Zone commerciale « Orange les Vignes »











Zone industrielle « Les Crémades »



Mentaled S

### Rappel des règles du RLP en vigueur

Zonage concerné au RLP en vigueur : **ZPA** (Zone commerciale du Coudoulet, Zone commerciale « Orange les Vignes », Zone commerciale « La Violette », une partie de la Zone industrielle « Les Crémades »)

- Publicité mural et scellée au sol autorisée jusqu'à 12 m².
- Scellée au sol : 2 dispositifs maximum par parcelle avec interdistance de 100 m entre 2 dispositifs
- Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m²
- Publicité lumineuse et numérique autorisée respectivement jusqu'à 12 et 8 m² (RNP).
- Toute publicité interdite le long de la RN7 sur une bande de 10 mètres à partir du bord extérieur de la chaussée.

Sur le reste de la zone industrielle « Les Crémades », toute publicité est interdite.

### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

- > Maintien de la densité existante de l'affichage publicitaire.
- > Réduction de certains formats à 12 m², moulures incluses.
- > Un possible développement de publicités numérique de grand format, avec un impact visuel significatif.

### Enjeux

► Enjeu économique : lisibilité des façades commerciales et des messages publicitaires présents sur ces zones.

### A.4.3.3 | Des secteurs présentant plus ponctuellement de l'affichage publicitaire (densité modérée)

### Secteurs concernés

Plusieurs secteurs sont concernés par de l'affichage publicitaire ponctuel. Il s'agit des abords du centre historique traversées de quartiers suivants et certains tronçons de grandes pénétrantes urbaines.

- Rue du Bourbonnais ;
- Avenue du 18 juin 1940 ;
- Avenue Henri Fabre ;
- Rue Saint-Clément (une partie);
- Avenue Maréchal Foch ;
- Les abords du centre historique (Boulevard Edouard Daladier, Cours Aristide Briand, Rue de Tourre, Cours Pourtoules).

### Dispositifs publicitaires présents

Présence ponctuelle de dispositifs muraux ou scellés au sol jusqu'à 12 m² ainsi que de l'affichage sur mobilier urbain jusqu'à 8 m² (sucette et abri-bus de 2 m², mats porte affiche jusqu'à 8 m²).

Autour du centre historique : présence de publicités sur mobilier urbain jusqu'à 8 m² (mats porte-affiche, sucettes et abris destinés aux voyageurs).

### Points noirs paysagers

Les dispositifs de grand format ont une forte empreinte visuelle sur le paysage urbain. Leurs dimensions apparaissent par endroits peu adaptées au contexte urbain dans lequel elles s'inscrivent (abords du centre historique, quartiers residentiels).

### Atouts paysagers /patrimoniaux identifiés

- > Cônes de vue sur l'Arc de Triomphe depuis l'avenue De Lattre de Tassigny.
- > Vues sur le centre historique depuis les axes contournant le centre, site UNESCO à forte valeur architecturale, patrimonial et touristique.

Rue du Bourbonnais



Avenue du 18 juin 1940



### Rue Saint-Clément



Avenue Henri Fabre



Avenue Maréchal Foch









Les abords du centre historique - Boulevard Edouard Daladier > Publicité sur mobilier urbain





Les abords du centre historique Cours Aristide Briand Les abords du C

Les abords du centre historique – D976



Les abords du centre historique - Rue de Tourre



Les abords du centre historique - Cours Pourtoules





#### Rappel des règles du RLP en vigueur

Zonage concerné au RLP en vigueur : ZPR1 (Centre historique et ses abords, secteur de l'Arc de Triomphe)

- Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m², dont numérique.

#### Zonage concerné au RLP en vigueur : **ZPR2** (Quartiers)

- Publicités murale, scellée au sol, autorisées jusqu'à 12 m² (moulure exclue)
  - > Au sol : interdit sur parcelle dont linéaire en façade < 20 m
    - 3 dispositifs maximum si parcelle dont linéaire en façade ≥ 40 m
  - > Mural: 1 dispositif par façade
- Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m²
- Publicité lumineuse et numérique autorisée respectivement jusqu'à 12 et 8 m² (RNP).

#### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

#### Quartiers

- > Réduction obligatoire des surfaces publicitaires à 12 m² moulures incluses
- > Possible implantations nouvelles de panneaux publicitaires jusqu'à 12 m²
- > Certaines portes d'entrées vers le centre historique peu mises en valeur, de par la présence de grands formats relativement prégnants dans le paysage urbain, malgré une densité modérée.

#### Centre historique et abords

- > Maintien des dispositifs existants si dérogation à l'interdiction de publicité en périmètre monument historiques.
- > De grands formats qui peuvent sembler peu adaptés au contexte urbain, à l'identité patrimoniale du centre et aux enjeux de mise en valeur via la création d'un site patrimonial remarquable.

#### Enjeux

- ► Enjeu d'attractivité du territoire
  - une valorisation paysagère des abords du centre historique, site UNESCO.
- ► Enjeu de cadre de vie : une adéquation des possibilités d'affichage à l'environnement traversé (zones commerciales, porte d'entrée du site patrimonial, ...), tout en maintenant une densité modérée dans les quartiers > formats, type de supports à travailler.
- ► Enjeu patrimonial : la préservation de la qualité des cônes de vue sur les éléments marqueurs du paysage et du patrimoine (arc de triomphe, colline Sainte Eutrope, ...)

#### A.4.3.4| Des secteurs globalement préservés de l'affichage publicitaire

#### Secteurs concernés

Les secteurs globalement bien préservés de l'affichage publicitaire sont les suivants :

- La D68 (Route de Châteauneuf, Rue de Châteauneuf);
- La D976 (Route de Roquemaure, une partie de la Rue Saint-Clément) ;
- L'Avenue des Etudiants ;
- L'Avenue Antoine Pinay ;
- L'Avenue de l'Arc de Triomphe;
- L'Avenue de l'Argensol;
- L'Avenue des Crémades ;
- Le centre historique.

#### Dispositifs publicitaires présents

Secteurs relativement bien préservés de l'affichage publicitaire. Absence d'affichage ou présence très ponctuelle de dispositifs de petit format, dont l'affichage sur mobilier urbain (en particulier les « sucettes », et abris voyageurs, …).

#### Atouts paysagers /patrimoniaux identifiés

- Route de Roquemaure: des cônes de vue sur la colline de Sainte-Eutrope, préservés de la publicité.
- Avenue de l'Arc de Triomphe : des cônes de vue sur l'Arc de Triomphe, préservés de la publicité.
- Le centre nistorique « intra-muros », mis en valeur par une très faible pression publicitaire

Axe D68 - Route de Châteauneuf, rue de Châteauneuf







Axe D976 - Route de Roquemaure, rue Saint-Clément







Avenue des Etudiants



Avenue Antoine Pinay



Avenue de l'Argensol



Avenue de l'Arc de Triomphe







#### Le centre historique



#### Rappel des règles du RLP en vigueur

Zonage concerné au RLP en vigueur : ZPR1 (Centre historique et ses abords, secteur de l'Arc de Triomphe)

Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m², dont numérique.

#### Zonage concerné au RLP en vigueur : **ZPR2** (Quartiers)

- Publicités murale, scellée au sol, autorisées jusqu'à 12 m² (moulure exclue)
  - > Au sol : interdit sur parcelle dont linéaire en façade < 20 m
    - 3 dispositifs maximum si parcelle dont linéaire en façade ≥ 40 m
  - > Mural: 1 dispositif par façade
- Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m²
- Publicité lumineuse et numérique autorisée respectivement jusqu'à 12 et 8 m² (RNP).

#### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

> En ZPR2, possible implantations nouvelles de panneaux publicitaires jusqu'à 12 m².

#### Enjeux

- ► Enjeux d'attractivité du territoire :
  - le maintien d'une faible densité publicitaire sur ces axes et quartiers ;
  - la préservation de la qualité de l'entrée de ville par la route de Roquemaure
- ► Enjeu de cadre de vie : une adéquation des possibilités d'affichage à l'environnement traversé (quartiers résidentiels, ...) > formats, ...
- ► Enjeu patrimonial :
  - la préservation des abords de l'arc de triomphe : maintien d'un affichage très limité (cf. règlement en vigueur).
  - Le maintien d'une quasi-absence de publicité et préenseignes ans le centre historique intramuros.

#### A.4.4 | Enseignes : diagnostic par type de secteur

#### A.4.4.1 Le centre historique et le centre-ville élargi

#### Caractéristiques de ce secteur

Secteur historique, à forte valeur architecturale et site touristique : le centre-ville d'Orange comprenant le centre historique et ses abords (une grande partie de la zone tampon du site UNESCO).

#### Dispositifs présents

Ces enseignes sont en majorité murales (à plat ou de type potence/drapeau), sur auvents, stores-banne, et quelques dispositifs au sol sont également présents sur le périmètre d'autorisation d'occupation du domaine public (considérées ici comme « enseignes »).

>> Les enseignes jouent un rôle dans la perception du patrimoine architectural de la ville

#### Points noirs paysagers

Quelques enseignes de type potence disproportionnées par rapport aux profils de voies où elles sont implantées.

#### > Exemples d'enseignes de qualité rencontrées dans le centre historique

Des enseignes sur devanture bois ou façades peintes, lettres découpées





Des enseignes en lettres découpées fixés directement sur la façade







Cours Aristide Briand

Des enseignes perpendiculaires à la façade (en potence ou en drapeau)







Des enseignes sur auvents, stores bannes





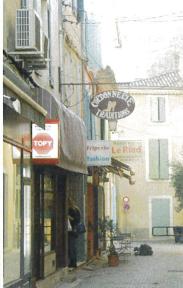


### > Autres enseignes rencontrées dans le centre historique

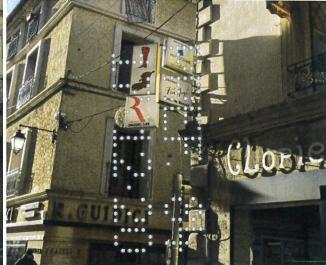
Des enseignes perpendiculaires à la façade (en potence ou en drapeau)













#### Des enseignes sur toiture

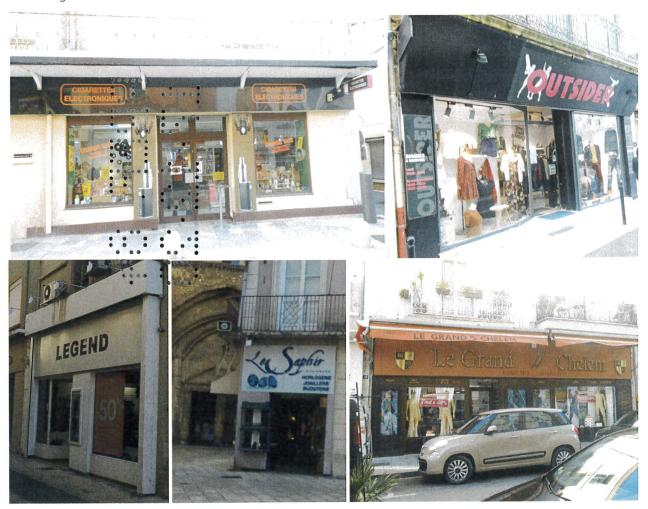


Des enseignes scellées au sol



Cours Aristide Briand

#### Des enseignes murales



#### Des enseignes sur support transparent



#### Rappel des règles du RLP en vigueur

Absence de dispositions spécifiques aux enseignes dans le RLP en vigueur. De ce fait, ce sont les dispositions de la Règlementation Nationale qui s'appliquent ici, à savoir :

#### > Enseigne scellée au sol :

- Surface maximum: 12 m² par face
- Hauteur d'une enseigne scellée au sol :
  - o 6,5 m si largeur ≥ 1m
  - o 8 m si largeur < 1m
  - Densité : 1 seul dispositif de + de 1 m² par activité le long de chacune des voies duvertes à la circulation
- > Enseigne Murale : surface cumulée limitée à 25% de la surface de la façade commerciale si façade < 50 m²
- > Enseigne sur toiture : 60 m²

publique.

Pour rappel, les enseignes en centre-historique et aux abords des monuments historiques restent soumises à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

#### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

> Qualité : des enseignes qui restent soumises à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France

#### Enjeux

#### ► Enjeu patrimonial :

- Une qualité à assurer sur le long terme, des règles à renforcer en lien avec les prescriptions de l'ABF;
- Des enseignes en drapeau à mieux encadrer au regard des règles nationales.

#### A.4.4.2 | Les zones commerciales et zones d'activités

#### Caractéristiques des secteurs

Les cœurs de zones d'activités

Secteurs à vocation essentiellement économique (zones industrielles, commerciales, zones d'activités mixtes) dont la majorité de la zone est située en retrait d'axes routiers majeurs.

Les zones commerciales dont les façades commerciales donnent sur des axes d'entrées de ville

Secteurs à vocation essentiellement économique se trouvant de part et d'autre des axes d'entrée de ville majeurs de la ville. Une grande partie des façades commerciales donnent à voir sur ces traversées urbaines, perçues donc à la fois par la population venant spécifiquement fréquenter la zone (achats, ...) mais également par une population de transit (habitants, touristes, ...).

Ils font partie des secteurs fortement perçus du territoire où existent généralement déjà de forts enjeux en matière d'affichage publicitaire.

Ces axes d'entrée de territoire constituent une des premières images perçues.

#### Dispositifs présents

Présence d'une diversité d'enseignes, avec une majorité d'enseignes en façade, scellées au sol (pouvant aller jusqu'à 12 m² de surface) et en toiture. Quelques enseignes au sol mutualisées, sous forme de totem, sont également identifiées dans ces secteurs.

Il existe sur ces secteurs, un cumul d'enseignes et de publicités scellées au sol de grand format. Les dispositifs présents sont très nétérogènes et en très grande densité.

## Points noirs paysagers

Sur ces secteurs, l'accumulation de grands panneaux publicitaires (publicité et préenseignes), d'enseignes au sol et de panneaux de signalisation engendre :

- > Une forte emprise visuelle des différents dispositifs, en particulier scellés au sol (publicité, préenseignes, enseignes)
- > Un impact sur la lisibilité des façades commerciales et une perte de lisibilité des différentes informations, par l'accumulation des nombreux mobiliers publicitaires (publicités, préenseignes et enseignes).

Exemples d'enseignes rencontrées sur le territoire :

Zone commerciale « Orange les Vignes »





#### Zone d'Activité du Coudoulet







Zone industrielle « Les Crémades »









## Rappel des règles du RLP en vigueur

Absence de dispositions specifiques aux enseignes dans le RLP en vigueur. De ce fait, ce sont les dispositions de la Règlementation Nationale qui s'appliquent ici, à savoir :

> Enseigne scellée au sol :

Surface maximum : 12 m<sup>e</sup> par face

- Hauteur d'une enseigne scellée au sol :
  - o 6,5 m si largeur≥1m
  - o 8 m si largeur < 1m
- Densité : 1 seul dispositif de + de 1 m² par activité et le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique.

> Enseigne Murale : surface cumulée limitée à 15% de la surface de la façade commerciale, sauf exceptions (25% si façade < 50 m²)

> Enseigne sur toiture : 60 m²

#### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

- > Dé-densification de certaines enseignes : la règlementation nationale impose 1 dispositif scellé au sol de + de 1 m² par activité et par voie ouverte à la circulation publique
- > Possible développement des enseignes numériques

#### Enjeux

► Enjeu d'attractivité et de lisibilité des entreprises : des enseignes scellées au sol, sur toiture et sur clôture à encadrer.

#### A.4.4.3 | Quartiers mixtes : pôles de proximité et linéaire commercial de l'avenue de Verdun

#### Caractéristiques des secteurs

- Les pôles de proximité et quartiers à vocation d'habitat : secteurs correspondant à des activités isolées au sein des quartiers à vocation essentiellement d'habitat.
- Linéaire commercial de l'avenue de Verdun : tronçon situé en dehors des zones économiques dédiées de la communes (zone du coudoulet, ...) où sont présentes de nombreuses activité en front de voie, en complémentarité d'habitations.

#### Dispositifs présents

Présence d'une diversité d'enseignes, avec une majorité d'enseignes en façade, scellées au sol (pouvant aller jusqu'à 12 m² de surface) et en toiture.

#### Points noirs paysagers

- > Des dispositifs scellés au sol de grand format, dont la localisation et la typologie sont peu adaptées au contexte urbain
- > Des implantations d'enseignes parfois peu qualitatives : enseignes sur clôture, enseignes sur toiture, ...

#### Quartier de l'Argensol





Avenue de l'Argensol



Route de Camaret — enseigne sur clôture non aveugle



Avenue Maréchal de Lattre de Tassigny – enseignes scellées au sol et murales







Avenue de Verdun – enseignes scellées au sol, murales et numériques









### Rappel des règles du RLP en vigue ur

Absence de dispositions spécifiques aux enseignes dans le RLP en vigueur. De ce fait, ce sont les dispositions de la Règlementation Nationale que appliquent ici, à savoir :

#### > Enseigne scellée au sol :

- Surface maximum : 12 m² par face
- Hauteur d'une enseigne scellée au sol :
  - o 6,5 m si largeur ≥ 1m
  - o 8 m si largeur < 1m
- Densité : 1 seul dispositif de + de 1 m² par activité et le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique.

> Enseigne Murale : surface cumulée limitée à 15% de la surface de la façade commerciale, sauf exceptions (25% si façade < 50 m²)

> Enseigne sur toiture: 60 m²

The control of

#### Tendance d'évolution si maintien des dispositions du RLP en vigueur

- > Dé-densification de certaines enseignes : la règlementation nationale impose 1 dispositif scellé au sol de
- + de 1 m² par activité et par voie ouverte à la circulation publique
- > Développement des enseignes numériques (tendance déjà en cours)

#### Enjeux

- ► Enjeux de qualité du cadre de vie :
  - L'amélioration de la qualité de certaines enseignes ;
  - La réduction de l'impact des enseignes scellées au sol et sur clôture ;
  - L'anticipation d'un développement du numérique.



## A.4.5 | Synthèse des enjeux

Cf. carte page suivante



# Principaux enjeux en matière de publicités, préenseignes et enseignes

Réglement Local de Publicité de la commune d'Orange

#### CADRE DE VIE, ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE

L'attractivité du territoire par la qualité de ses entrées de ville

Traversées urbaines principales de la commune

Enjeu de valorisation relatif aux publicités

Enjeu de préservation relatif aux publicités

Enjeu relatif aux enseignes

La lisibilité du patrimoine architectural et paysager, la valorisation du patrimoine UNESCO

Porte d'entrée vers le centre historique

Cône de vue sur les éléments de patrimoine remarquable (Colline Sainte Eutrope, Arc de Triomphe, ...) et sur le grand paysage (Mont Ventoux)

Centre historique et ses abords

Secteur de l'Arc de Triomphe

Qualité du cadre de vie dans les quartiers résidentiels

Reste de l'agglomération

#### **EXPRESSION PUBLICITAIRE**

La lisibilité des messages publicitaires et des activités économiques sur les secteurs à forte densité d'affichage

Une reflexion à mener sur les sites où la publicité peut être envisageable > dérogation dans certaines zones d'interdiction de publicités (L581-8 du CE)

Affichage sur mobilier urbain, microaffichage, bâche de chantier ...

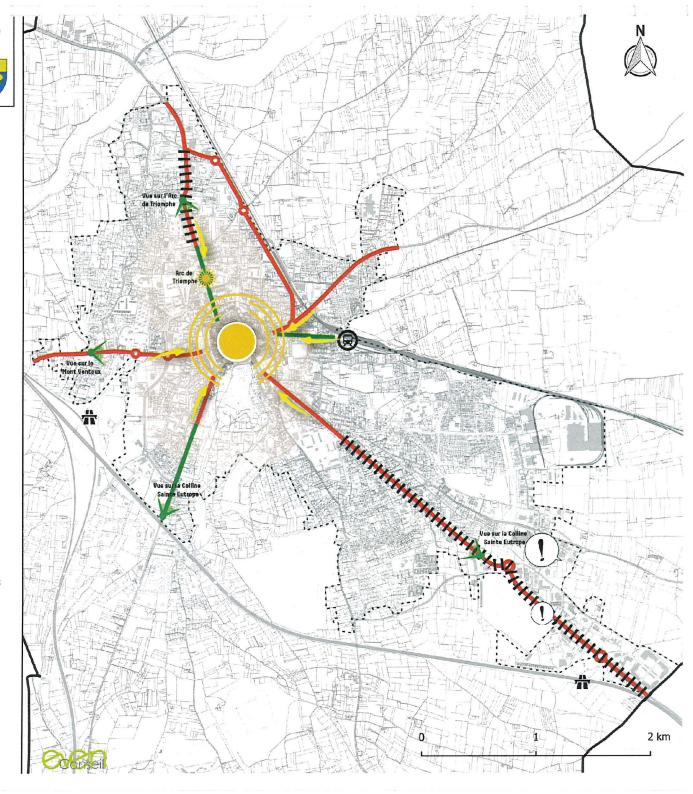
Périmètre d'agglomération



Voies ferrées

#

Sorties d'autoroute





## Partie B | Orientations

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

La ville d'Orange dispose d'un règlement local de publicité approuvé le 21 juillet 1999.

Plusieurs raisons amènent aujourd'hui à réviser ce document :

- Prendre en compte les nouvelles dispositions règlementaires et anticiper la caducité prochaine du RLP en vigueur (2020);
- Adapter le règlement local à l'évolution urbaine du territoire ;
- Mieux protéger le cadre de vie.

Pour son nouveau Règlement local de Publicité, la ville d'Orange fixe huit grandes orientations :

#### A/ Orientations en matière de publicités et préenseignes :

- Orientation A.1 Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville et des grandes traversées urbaines de la commune
- Orientation A.2 Préserver le cœur historique et le site de l'Arc de Triomphe, valoriser les abords
- Orientation A.3 Encadrer strictement l'affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels
- Orientation A.4 Limiter la publicité lumineuse et numérique

#### B/ Orientations en matière d'enseignes :

- Orientation B.1 Réduire l'impact visuel de certaines enseignes
- Orientation B.2 Pérenniser la qualité du centre historique, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti
- Orientation B.3 Améliorer la lisibilité des activités dans les zones commerciales
- Orientation B.4 Limiter la pollution lumineuse

## A/ LES ORIENTATIONS EN MATIERE DE PUBLICITE ET DE PREENSEIGNES

## <u>Orientation A.1 - Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville et des grandes traversées urbaines de la commune</u>

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

- la route d'Avignon, l'avenue de Verdun, la route de Lyon et l'avenue Charles de Gaulle, pénétrantes urbaines principales de la commune;
- la route de Caderousse, la route de Camaret, entrées de ville secondaires du territoire;
- l'avenue Jean Moulin, longeant la voie ferrée.

L'ensemble de ces axes présente une densité relativement importante de publicités et préenseignes, de grand format. Le RLP en vigueur autorise sur certains de ces axes l'affichage jusqu'à 12 m², scellés au sol, muraux et sur mobilier urbain, engendrant par endroit une forte empreinte visuelle dans le paysage urbain.

Trois enjeux ont été posés dans le diagnostic :

- Une nécessaire valorisation de ces grands axes urbains, par un meilleur encadrement de la densité et des formats: aller plus loin que les dispositions du RLP en vigueur. Ceci afin d'améliorer l'attractivité du territoire, du cadre de vie, et de valoriser les vues sur les points d'appel du paysage urbain (colline Saint Eutrope, Arc de Triomphe, Mont Ventoux, ...).
- Une nécessaire distinction de traitement des axes selon leur typologie et l'environnement urbain traversé: les entrées de ville principales (larges emprises des espaces publics au niveau des traversées de zones économiques) et les entrées de ville secondaires (faible emprise des espaces publics, traversées de zones résidentielles).
- Un nécessaire traitement différencié à l'approche du centre historique, site UNESCO. Pour cela, une zone tampon incluant les abords du centre historique et ses portes d'entrées pourra être envisagé afin d'y appliquer un traitement plus qualitatif en termes de publicité et préenseignes.

S'ajoute à cela un besoin d'amélioration de la lisibilité des messages publicitaires le long des zones commerciales, où s'ajoute un grand nombre d'enseignes scellées au sol.

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

- Objectif 1.1 : Réduire l'emprise visuelle des publicités et préenseignes le long des grands axes urbains :
  - Limiter la densité des panneaux publicitaires, privilégier l'affichage mural.
  - Adapter le format à la typologie des différentes entrées de ville, avec des formats plus réduits sur les traversées de zones résidentielles.
  - Rechercher une harmonisation des supports publicitaires (privilégier les dispositifs monopied, encadrer la couleur des supports, ...).
- Objectif 1.2: Elargir la zone de protection du centre historique en encadrant de façon significative l'affichage publicitaire sur les portes d'entrée du site patrimonial, en aval des grandes pénétrantes urbaines. (cf. Orientation A.2)
- Objectif 1.3: Interdire tout affichage publicitaire sur les franges urbaines, espaces de transition entre les paysages agricoles et la ville.

#### Zoom entrées de ville principales







Zoom entrées de ville secondaires et franges urbaines





## <u>Orientation A.2 - Préserver le centre historique et le site de l'Arc de Triomphe,</u> valoriser les abords

Ville d'art et d'histoire, la ville d'Orange présente une richesse patrimoniale exceptionnelle avec plusieurs sites emblématiques comme le Théâtre Antique, l'Arc de Triomphe, qui font notamment l'objet d'un classement au patrimoine mondial de l'UNESCO. Le centre historique est délimité par le boulevard Daladier, le cours Aristide Briand, la rue de Tourre, la rue Madeleine Roch, la rue Pourtoules.

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

Deux enjeux ont été posés dans le diagnostic :

- La préservation du centre historique intramuros et des abords de l'Arc de Triomphe.
- L'amélioration de la qualité de portes d'entrée du site patrimonial, avec en particulier l'introduction d'un espace tampon entre les grands axes et le centre historique. En effet, aujourd'hui, les abords immédiats du centre historique peuvent recevoir de l'affichage publicitaire sur mobilier urbain jusqu'à 8 m², et certains quartiers attenants au centre historique peuvent recevoir de l'affichage publicitaire jusqu'à 12 m², dimensions peu adaptées au contexte urbain. Il s'agit donc d'identifier des dispositions particulières au « centre-ville élargi », intégrant les abords du centre historique (boulevard Daladier, Cours Aristide Briand, Rue de Tourre, Cours Pourtoules), l'avenue Henri Fabre, l'Avenue de l'Arc de Triomphe, les quartiers attenant qu centre historique et ses portes d'entrée. Cette zone tampon pourra s'appuyer sur le périmètre de l'opération façades entre autres et dans un premier temps.

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

- Objectife 2.1: Limiter strictement l'affichage publicitaire dans le centre historique intramuros, conserver la protection des abords de l'Arc de triomphe.
- Objectir 2.2: Conserver les usages existants sur le centre-ville élargi, étendre les dispositions aux portes d'entrée ປີນ site patrimonial: maintien des possibilités d'affichage sur le mobilier urbain existant, interdiction des publicités et préenseignes murales et scellées au sol.

La mise en œuvre de cet objectif impose toutefois d'intégrer une dérogation à l'article L581-8 du Code de l'Environnement (interdisant toute publicité dans les périmètres de protection des monuments historiques, sauf dérogation RLP).





## <u>Orientation A.3 – Encadrer strictement l'affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels</u>

A l'écart des grands axes et du cœur de ville, le RLP en vigueur sur la ville d'Orange fixe d'ores et déjà des dispositions réglementaires particulières sur ces secteurs. Bien que ces espaces soient moins concernés par l'affichage publicitaire, celui-ci reste autorisé jusqu'à 12 m² et donc parfois peu adapté à l'environnement urbain dans lequel il s'inscrit.

Le RLP vise à :

Objectif 3.1 : Interdire toute publicité autre que supportée par du mobilier urbain dans les quartiers résidentiels, à l'écart des grands axes urbains.

#### <u>Orientation A.4 – Limiter la publicité lumineuse et numérique</u>

Sur l'ensemble des zones définies au RLP en vigueur, l'affichage publicitaire lumineux et numérique est autorisé jusqu'à 8 m². Une nécessaire distinction de traitement pour ce type d'affichage est à rechercher selon la typologie des différentes zones et de l'environnement urbain traversé. Il s'agit ici d'anticiper le développement de la publicité lumineuse et numérique selon les types de secteurs du RLP. Pour cela, le RLP vise à :

- Objectif 4.1 : Etendre la plage d'extinction horaire des publicités lumineuses imposée dans le code de l'Environnement (dont numériques), afin de réduire les atteintes à l'environnement<sup>3</sup>.
- Sobjectif 4.2 : Limiter le format des publicités numériques afin de réduire leur impact visuel (hors zones commerciales), les interdire le long des grands axes urbains et autour des ronds-points.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Rappel dispositions de la Règlementation Nationale de Publicité : extinction nocturne entre 1h et 6h.

### B/ LES ORIENTATIONS EN MATIERE D'ENSEIGNES

#### Orientation B.1 - Réduire l'impact visuel de certaines enseignes

Sur l'ensemble du territoire, certaines enseignes marquent fortement l'espace urbain, de par leur densité, leur format ou le type de support utilisé. Le RLP en vigueur ne définit aucune disposition spécifique à ce type de dispositif. Le nouveau RLP doit permettre de remédier à ce manque pour améliorer la qualité d'intégration des enseignes dans le paysage urbain.

Plusieurs objectifs sont en particulier ciblés :

- Objectif 1.1: Adapter le format des enseignes scellées au sol au contexte urbain, en réduisant notamment le format maximum autorisé hors zones commerciales (aujourd'hui fixé à 12 m²).
- Objectif 1.2: Encadrer les enseignes sur toiture et les enseignes numériques.
- Objectif 1.3: Interdire les enseignes sur murs de clôture non aveugles (souvent peu qualitatives), encadrer leur format sur mur aveugle.

## Orientation B.2 - Pérenniser la qualité du centre historique, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti

Une attention particulière doit être portée au centre historique d'Orange, au sein duquel les enseignes jouent un rôle fondamentat dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural et la lecture des rues. Dans le sens des prescriptions de l'architecte des bâtiments de France, la commune souhaite favoriser un traitement qualitatif des enseignes sur ce site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO.

- Objectif 2.1 : Encadrer la densité et harmoniser le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades.
- 🔖 Objectif ೭.೭ : Travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti :
  - Privilégier les lettres peintes et les lettrages fixés directement sur les façades.
  - Encadrer les enseignes perpendiculaires aux façades (potence, drapeau), harmoniser les formats et encadrer leur densité.
  - o Interdire les enseignes numériques.

#### Orientation B.3 - Améliorer la lisibilité des activités dans les zones commerciales

Plusieurs secteurs à vocation essentiellement économique (zones industrielles, commerciales, zones d'activités mixtes) sont localisés sur la commune d'Orange. L'ensemble de ces secteurs présente une densité relativement importante d'enseignes, généralement de grand format, à laquelle s'ajoutent de nombreux dispositifs publicitaires. L'accumulation des supports, en particulier scellés au sol, engendre sur ces secteurs une perte de lisibilité des différentes informations et façades commerciales.

#### Le RLP vise à :

- Objectif 3.1: Encadrer la densité des enseignes, favoriser la mutualisation des enseignes sur une même unité foncière.
- Objectif 3.2 : Rechercher une harmonisation des enseignes scellées au sol, en dimension et format.
- Objectif 3.3: Interdire les enseignes sur toiture.



### <u>Orientation B.4 – Limiter la pollution lumineuse</u>

De la même façon que pour la publicité, une plage d'extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l'Environnement sera envisagée sur certains secteurs, modulée selon les caractéristiques urbaines des différents secteurs de la commune.

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

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

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence 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.

6 zones de publicités ont été définies dans ce nouveau RLP :

- La zone n°1 (ZP1) qui couvre le centre historique intra-muros d'Orange.
- La zone n°2 (ZP2) qui couvre les abords et portes d'entrée du centre historique.
- La zone n°3 (ZP3) qui couvre les quartiers résidentiels.
- La zone n°4 (ZP4) qui couvre les entrées de ville et les traversées urbaines principales de l'agglomération.

Elle comporte 2 sous-zones : la zone ZP4a qui couvre les entrées de ville et traversées urbaines principales (route d'Avignon, route de Lyon, avenue Jean Moulin) et la zone ZP4b, qui couvre les entrées de ville secondaires (route de Camaret et route de Caderousse).

- La zone n°5 (ZP5) qui couvre les zones économiques du territoire.
- La zone n°6 (ZP6) qui couvre les secteurs situés hors agglomération et le site classé de la colline Saint-Eutrope.

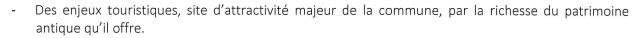
### C.1.1 | ZP1 : le centre historique intra-muros

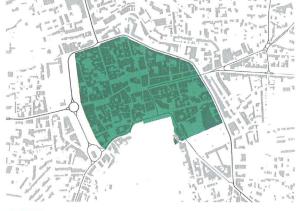
Le périmètre de la ZP1 couvre le centre historique intramuros d'Orangé. Il s'agit d'une zone à caractère central d'habitat, de service, d'activités artisanales, à majorité de constructions anciennes où les bâtiments sont construits en ordre continu. Les façades bâties donnant sur le boulevard Daladier et le cours Aristide

Briand sont incluses dans cette zone, les espaces publics donnant sur ces voies y sont en revanche exclus. Au sud, la ZP1 s'arrête aux zones d'interdiction stricte de publicité, à savoir le site classé de la colline Saint Eutrope ainsi que les monuments historiques du théâtre Antique et du site archéologique le bordant (classés en ZP6).

Ce secteur présente :

- Une identité architecturale et urbaine spécifique, dont la valeur est reconnue par la présence de nombreux monuments historiques et plusieurs sites inscrits;
- Des enjeux économiques spécifiques : le centre historique constitue un des pôles économiques structurant de la commune ;





ZP1 - Centre historique intra-muros

Au regard de ces enjeux, ce secteur est considéré comme celui où :

- la densité des publicités et préenseignes doit être la plus limitée, en cohérence avec les objectifs de la règlementation nationale, qui interdit aux abords des monuments historiques (sauf dérogation RLP) les publicités et préenseignes.
- la qualité des enseignes doit être la plus encadrée, celle-ci jouant un rôle essentiel dans la perception du patrimoine bâti.

Ce centre historique intramuros s'inscrit donc dans une zone de publicité spécifique au sein de laquelle les règles doivent permettre de répondre aux objectifs spécifiques qui y ont été définis :

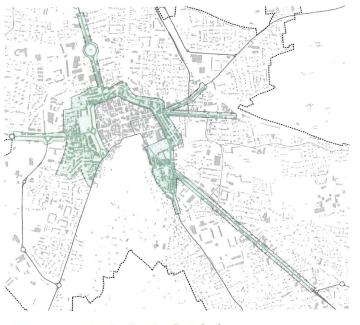
- Préserver le centre historique : limiter strictement l'affichage publicitaire dans le centre historique intramuros (objectif A2.1).
- Pérenniser la qualité du centre historique, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti : encadrer la densité et harmoniser le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades, travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti (objectif B2.1 et 2.3).

#### C.1.2 | ZP2 : abords et portes d'entrée du centre historique

Une zone spécifique est définie aux abords du centre historique, considérant qu'un espace « tampon » doit

être créé entre le centre intramuros et les entrées de ville de la commune, avec un traitement intermédiaire de l'affichage publicitaire entre la ZP1 et les ZP4.

La définition de cette ZP2 vient répondre à l'Orientation A.2 - Préserver le centre historique et le site de l'Arc de Triomphe, valoriser les abords », défini à l'issue du diagnostic qui mettait en évidence un enjeu d' « amélioration de la qualité de portes d'entrée du site patrimonial, avec en particulier l'introduction d'un espace tampon entre les grands axes et le centre historique. En effet, aujourd'hui, les abords immédiats du centre historique peuvent recevoir de l'affichage publicitaire sur mobilier urbain jusqu'à 8 m², et certains quartiers attenants au centre historique peuvent recevoir de



ZP2 - Abords et portes d'entrée du centre historique

l'affichage publicitaire jusqu'à 12 m², dimensions peu adaptées au contexte urbain. Il s'agit donc d'identifier des dispositions particulières au « centre-ville élargi », intégrant les abords du centre historique (boulevard Daladier, Cours Aristide Briand, Rue de Tourre, Cours Pourtoules), l'avenue Henri Fabre, l'Avenue de l'Arc de Triomphe, les quartiers attenant au centre historique et ses portes d'entrée. ». A été identifié « un nécessaire traitement différencié à l'approche du centre historique, site UNESCO. Pour cela, une zone tampon incluant les abords du centre historique et ses portes d'entrées pourra être envisagé afin d'y appliquer un traitement plus qualitatif en termes de publicité et préenseignes. »

La différence règlementaire avec la ZP1 va concerner le format de la publicité autorisée sur mobilier urbain. Concernant la publicité murale et scellée au sol, celle-ci deviendra interdite en ZP2, alors qu'elle restera autorisée en ZP4a et b.

L'emprise choisie pour cette zone est celle de l'opération de ravalement de façades 2017-2020, périmètre validé par délibération du conseil municipal du 9 juin 2017. Ce périmètre est apparu le plus pertinent, associant à l'objectif de valorisation architecturale des secteurs concernés une réduction forte de l'affichage publicitaire.

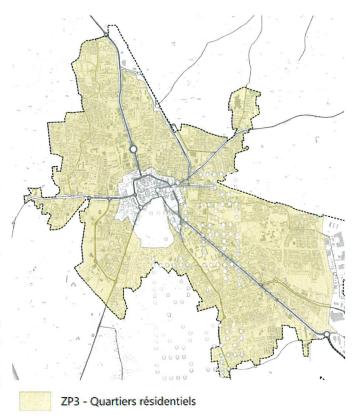
#### C.1.3 | ZP3 : quartiers résidentiels

La zone de publicité ZP3 correspond aux quartiers résidentiels et tissus urbains mixtes de la commune, à l'exclusion des entrées de ville et traversées urbaines principales (classées en ZP4), ainsi que des abords et portes d'entrée du centre historique (classés en ZP2).

Ce zonage vient répondre aux enjeux de qualité du cadre de vie identifiés sur ces espaces situés à l'écart des grands pôles économiques et axes structurants de la commune.

Les dispositions règlementaires sont adaptées à l'environnement urbain et aux objectifs de préservation de la qualité du cadre de vie.

Les dispositions règlementaires applicables à la publicité y sont similaires à la ZP1. La différence règlementaire réside dans les règles applicables aux enseignes, qui sont plus souples en ZP3, secteur situé en dehors du pôle patrimonial qu'est le centre historique de la ville.



La différence avec la ZP2 réside dans le format de la publicité autorisée sur mobilier urbain, qui privilégie le petit format en ZP3 en adéquation avec le contexte plutôt résidentiel.

#### C.1.4 | ZP4 : entrées de ville et traversées urbaines principales de la commune

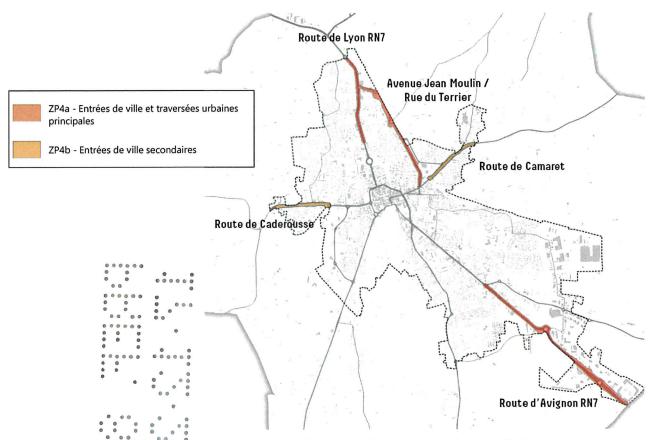
Les entrées de ville et grandes traversées urbaines de la commune sont les secteurs les plus touchés par l'affichage publicitaire sur la ville d'Orange. L'ensemble de ces axes présente une densité relativement importante de publicités et préenseignes, de grand format (jusqu'à 13,5 m² encadrement compris).

Le diagnostic a mis en évidence une « nécessaire valorisation de ces grands axes urbains, 1ère image du territoire, tout en conservant des possibilités d'affichages sur ces axes d'expression publicitaire majeurs de la commune. »

Des objectifs spécifiques y ont donc été définis, justifiant la définition d'un zonage règlementaire spécifique :

- Réduire l'emprise visuelle des publicités et préenseignes le long des grands axes urbains, en limitant notamment la densité des panneaux publicitaires et en privilégiant l'affichage mural (objectif A1.1).
- Interdire tout affichage publicitaire sur les franges urbaines, espaces de transition entre les paysages agricoles et la ville (objectif A1.3).

La distinction entre les ZP4a et ZP4b réside dans le profil des voies concernées, répondant à l'objectif fixé par les élus « d'adapter le format à la typologie des différentes entrées de ville, avec des formats plus réduits sur les traversées de zones résidentielles » (objectif A1.1). Ainsi, bien que l'affichage mural et scellé au sol soit autorisé dans les 2 sous-zones, la ZP4b bénéficiera de formats publicitaires plus réduits (4 m² maximum au lieu de 8 m² en ZP4a). La densité sera également distincte.



Cette zone ZP4 comprend le domaine public et des unités foncières situés jusqu'à 20 mètres de part et d'autre de l'axe de chaque voie. Cette bande de 20 mètres permet d'intégrer les espaces visibles depuis la voie publique, soit les jardins et les premières constructions situées de part et d'autre de la voie.

A noter que route de Camaret, la ZP4b vient s'inscrire légèrement en recul de l'entrée de ville afin de répondre à l'objectif A1.3 « *Interdire tout affichage publicitaire sur les franges urbaines, espaces de transition entre les paysages agricoles et la ville* » et de voir disparaitre l'ensemble des dispositifs existants (cf. photo cidessous). La parcelle concernée est classée en ZP3.

Situation actuelle route de Camaret:



#### C.1.5 | ZP5 : zones économiques

La ZP5 correspond aux zones d'activité de la commune (zones artisanales, tertiaires, commerciales) au sein desquelles la commune souhaite conserver une marge de manœuvre à l'implantation de publicités et d'enseignes. La définition d'une ZP5 vise notamment à y autoriser des formats publicitaires de 10,5 m², qui ne seront autorisés nul par ailleurs sur la commune.

Les abords de la route d'Avignon et de la route de Lyon, qui longent ces zones d'activités, sont exclus de cette zone au regard des enjeux paysagers identifiés sur ces entrées de ville principales de la commune. Le zonage ZP4 y est privilégié.



## C.1.6 | ZP6 : secteurs situés hors agglomérations et site classé de la colline Saint Eutrope

Elle rassemble l'ensemble des zones où la publicité et les préenseignes sont strictement interdites en application des articles L581-4 et L.581-7 du code de l'environnement.

#### Rappel:

« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite » (article L581-7 CE).

« Toute publicité est interdite :

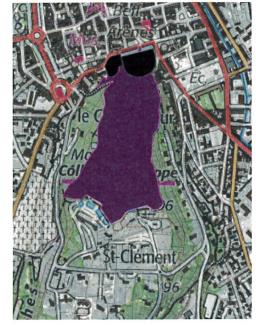
2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés » (article L581-4 CE).

Cette zone intègre également les monuments historiques du théâtre antique et du site archéologique le bordant, tous deux situés en continuité du site classé, sur lesquels toute publicité est également strictement interdite en application de l'article L581-4 du CE.

Extrait périmètres patrimoniaux (source : Atlas des patrimoines)



Emprise du site classe de la colline



Emprise des monuments historiques classés et inscrits aux abords de la colline St Eutrope

# 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.

## C.2.1 | Justification des dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

C.2.1.1| Dispositions générales (prescriptions communes à l'ensemble des zones de publicité)

## Interdiction de publicité (P0.1)

Afin d'éviter l'installation de publicités pouvant dégrader le cadre de vie des habitants et le cadre paysager, la commune a souhaité interdire la publicité sur les supports les moins qualitatifs : sur clôture, sur toiture (ou terrasse en tenant lieu) ainsi que sur les éléments d'architecture de façade que constituent les garde-corps de balcons.

Concernant la publicité sur toiture, aucun dispositif de ce type n'est aujourd'hui recensé sur la commune. Il s'agit ici d'anticiper l'installation éventuelle qui serait autorisée par la loi en l'absence d'interdiction au RLP.

## Dérogation à certaines interdictions légales de publicité (P0.2)

Rappel de l'article L581-8 du code de l'Environnement :

« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les sites inscrits;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

La commune est à ce jour concernée par des abords de monuments historiques et un site inscrit.

Aucune dérogation n'est prévue sur le site inscrit des façades des immeubles entourant la place des Frères Mounet. En revanche, le RLP vient déroger à l'interdiction de publicité aux « abords des monuments historiques mentionnés à l'article du code du patrimoine » pour certains types de dispositifs.

La dérogation porte sur les dispositifs suivants, pour les raisons suivantes :

## > la publicité supportée par du mobilier urbain

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus) ou à la diffusion d'informations municipales. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparait donc indispensable de conserver la possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux.

Afin d'assurer plus particulièrement la préservation des monuments historiques classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, le format maximum de la publicité autorisée sur ce mobilier est fixé à 2 m² dans le périmètre de 500 mètres aux abords de l'arc de Triomphe et du théâtre antique. Cette surface est applicable quelle que soit la zone de publicité concernée.

Autour de l'arc de Triomphe, le RLP en vigueur interdit aujourd'hui la publicité dans un rayon de 150m. Autoriser la publicité sur mobilier urbain jusqu'à 2 m² vise à conserver les dispositifs actuellement en place (publicité sur abris-bus en particulier). *Cf. photos ci-dessous (extrait google map)*.



Aux abords des autres monuments historiques, l'objectif est de rester sur le format maximum autorisé dans le RLP en vigueur, soit  $8\,\text{m}^2$ .

> les dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales et recouvrant partiellement la baie dans les conditions prévues par l'article R. 581-57 du même code.

Ces dispositifs font partie intégrante des vitrines, un grand nombre de ces supports est destiné à faire la promotion de spectacles.

> les bâches de chantier comprenant de la publicité, dans les conditions prévues aux articles R581-19, 53 et 54 du même code.

Cette opportunité offerte par la réglementation permet d'envisager une participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices historiques, il apparait pertinent de conserver la possibilité d'installation de ce type de publicité, qui restent soumis à autorisation du maire après avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France.

> les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires, dans les conditions prévues par les articles R581-21 et 56 du même code.

Ces dispositifs étant réservés à des manifestations temporaires et soumis à autorisation du maire et à l'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites, il apparait pertinent de les conserver autorisés en particulier dans le cœur de ville. Ils permettent d'assurer la promotion de certaines manifestations d'envergure.

> les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tels que prévu par les articles L581-13 et R581-2 à 4 du même code.

L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R581-3 du CE), il apparait indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des zones.

## Dimensions des publicités et préenseignes (P0.3)

Afin d'améliorer la compréhension des règles de formats, le règlement précise les dispositions applicables sur ce point suite aux dernières jurisprudences connues à ce sujet et à la récente instruction du Gouvernement relative aux modalités de calcul des formats des publicités (en date du 18 octobre 2019).

Il est donc précisé qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones correspondent au format de l'affiche ou de l'écran, ajouté à celui des éléments d'encadrement et de fonctionnement. Les dimensions maximales autorisées sur mobilier urbain correspondent quant à elles au format de l'affiche publicitaire ou de l'écran.

Enfin, pour assurer la qualité du dispositif, le RLP impose à ce que « Dans le cas d'une structure double face, les publicités doivent être de même dimension, alignées et placées dos à dos ».

## Habillage et accessoires annexes à la publicité (P0.4)

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLP précise un certain nombre de critères d'esthétique à respecter : dispositifs de 2 faces maximum, habillage du revers non exploité du dispositif, intégration paysagère des accessoires de sécurité. Deux recommandations sont également intégrées en ce sens : les éléments d'encadrement, de fonctionnement et de support sont à privilégier de teinte uniforme et de ton neutre, les dispositifs monopied sont également préconisés pour les dispositifs scellés au sol.

#### Dispositifs de petit format sur baie (P0.5)

Les dispositifs du code de l'Environnement sont autorisés dans l'ensemble des zones : ces dispositifs intégrés aux devantures commerciales font partie intégrante des vitrines, un grand nombre de ces supports est destiné à faire la promotion de spectacles.

Considérant que les dispositions nationales sont d'ores et déjà relativement restrictives, le RLP rappelle simplement dans cet article que ce sont les règles nationales qui s'appliquent, à savoir « Les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés. Les dispositions des articles R. 581-22 à R. 581-24, de l'article R. 581-27, des articles R. 581-29 à R. 581-30, de l'article R. 581-33, des articles R. 581-34 à R. 581-37 et de l'article R. 581-41 sont applicables aux dispositifs de petits formats » (article R581-57 CE).

#### Bâches et dispositifs de dimension exceptionnelle (P0.6)

Ces dispositifs étant soumis à autorisation du maire et pour certains à l'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites, le RLP rappelle simplement dans cet article que ce sont les règles nationales qui s'appliquent, sans restriction complémentaire dans le RLP pour les bâches et dispositifs de dimension exceptionnelle. Ces dispositifs seront étudiés au cas par cas.

Concernant les bâches publicitaires, celles-ci sont autorisées uniquement en ZP5. En effet, contrairement à la publicité sur bâches de chantier et aux dispositifs de dimension exceptionnelle, ces publicités n'ont pas vocation à participer au financement de certaines opérations de rénovation ou à la promotion de manifestations temporaires. Leur impact paysager apparaît donc moins acceptable, d'où cette restriction.

## Affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (P0.7)

Le RLP rappelle simplement dans cet article que ce sont les règles nationales qui s'appliquent, dispositifs gérés par la commune.

L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R581-3 du CE), il apparait indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des zones.

## Publicité lumineuse (dont numérique) (P0.8)

L'élargissement de la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses (dont numériques) vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants locaux la nuit.

## Publicité sur le domaine public (P0.9)

Afin de limiter l'affichage publicitaire sur la commune, le RLP interdit toute publicité autre que celle supportée par du mobilier urbain sur le domaine public. Les autres supports publicitaires sont privilégiés sur les unités foncières.

C.2.2 | Dispositions particulières applicables dans chacune des zones concernant la publicité apposée sur un mur, la publicité au sol et la publicité sur mobilier urbain

113

Synthèse des dispositions applicables aux publicités et préenseignes pour le nouveau RLP :

Publicité numérique	Interdite	Interdite	Interdite	ue est Interdite		uvertes à 4 <b>m²</b> maximum	Interdite
Publicité sur mur	Interdite	Interdite	Interdite	8 m² maximum ant la voie ouverte à la circulation publiqu uement 1 dispositif mural ant la voie ouverte à la circulation publiqu spositif mural ou scellé au sol	4 m² maximum ant la voie ouverte à la circulation publiqu uement 1 dispositif mural dant la voie ouverte à la circulation pu positif mural ou scellé au sol	្ន <b>1C,5 m²</b> maximum unite កំពាល់ière le long de chacune des voies o la circulation publique.	Interdite
Publicité au sol	Interdite	Interdite	Interdite	8 m² maximum Sur unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur < à 40 mètres : uniquement 1 dispositif mural Sur unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur ≥ à 40 mètres : 1 dispositif mural ou scellé au sol	4 m² maximum  Sur unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur < à 80 mètres : uniquement 1 dispositif mural  Sur unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur ≥ à 20 mètres : 1 dispositif mural ou scellé au sol	<b>1C,5 m²</b> maximum 1 seul disoositif publicitaire sur unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique.	Interdite
Publicité supportée par du mobilier urbain	2 m² maximum	8 m² maximum 2 m² aux abords du patrimoine UNESCO	2 m² maximum	4 m² maximum	n 0		Interdite
Zone de publicité	Centre historique intra- muros	Abords et portes d'entrée du centre historique	Quartiers résidentiels	Entrées de ville D7N et avenue de Jean Moulin	Entrées de ville secondaires (route de Camaret, route de Caderousse)	Zones économiques	Hors agglomération Site classé « Colline
	ZP 1	ZPZ	ZP3	ZP4a	ZP4b	ZP5	SP6



Distriction of the last of the

District Sign

Market Market Comments

Desirential

Discount of the last of the la

Epotential Control

The second second

Management of the second

Bistones and a

Branciscon B

Elization of the

Management of the last of the

Market and the second

Management of the second

Department of the last of the

Management Comments

Discovering the state of the st

Military and Military

A CONTROLL OF THE PERSON OF TH

#### Dispositions applicables en ZP1

Afin de répondre aux enjeux de préservation du patrimoine, d'assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLP interdit strictement la publicité murale, scellée ou apposée au sol dans cette zone.

Dans la continuité des dispositions du RLP en vigueur, seule reste autorisée la publicité installée sur mobilier urbain.

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à la diffusion d'informations municipales.

Il apparait toutefois nécessaire d'encadrer ce type d'affichage afin d'éviter une surabondance de mobiliers sur le domaine public dans ces zones à forte valeur architecturale. Pour cela, plusieurs dispositions règlementaires sont imposées :

- > Une interdistance de 50 mètres est imposée entre deux publicités supportées par deux mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local.
- > La surface unitaire d'affichage est limitée à 2m² sur le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.
- > Les dispositifs numériques y sont interdits, considérant qu'ils peuvent engendrer un impact non négligeable sur le paysage urbain. Aucun besoin n'est à ce jour identifié sur ce secteur...

## Dispositions applicables en ZP2

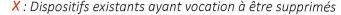
Il s'agit ici de conserver les usages existants aux abords immédiats sur centre historique et de les étendre aux faubourgs limitrophes et portes d'entrées du cœur de ville.

Aujourd'hui, le RLP en vigueur limite la publicité en ZPR1 au seul mobilier urbain, de format maximum 8 m². La Commune souhaite donc conserver ces dispositions, qui permettent à la fois une visibilité des informations municipales, le maintien des supports nécessaires à certains usages (présence d'abris-bus) et une densité relativement limitée de supports (par l'interdiction des publicités murales et scellées au sol).

La suppression des publicités murales et scellées au sol dans les secteurs initialement classés en ZPR2 au RLP en vigueur vient répondre à l'objectif de valorisation des abords du centre historique et de ses portes d'entrée, libérant ainsi de façon significative l'espace visuel.

## Impact sur l'existant :

✓ Dispositifs existants conservés













#### Comme en ZP1:

> une interdistance de 50 mètres est imposée entre deux publicités supportées par deux mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, afin d'éviter une surabondance de mobiliers sur le domaine public dans cette zone bordant le cœur de ville.

> Les dispositifs numériques y sont interdits, considérant qu'ils peuvent engendrer un impact non négligeable sur la perception des abords du centre historique. Aucun besoin n'est à ce jour identifié sur ce secteur.

### Dispositions applicables en ZP3

Afin de préserver le cadre de vie des quartiers résidentiels, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans cette zone.

Conformément au code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus) ou à la diffusion d'informations municipales.

En revanche, la publicité scellée au sol et murale devient interdite, alors qu'elle y est autorisée jusqu'à 12 m² dans le RLP en vigueur, format qui n'apparait plus adapté au contexte urbain.

La publicité numérique y est également interdite, considérant qu'elle n'a pas sa place dans ces zones d'habitat où la qualité du cadre de vie constitue l'enjeu majeur du RLP. Aucun dispositif numérique n'est aujourd'hui présent dans cette zone ; l'objectif est de pérenniser cette situation.

## Impact sur l'existant :

✓ Dispositifs existants conservés

X: Dispositifs existants ayant vocation à être supprimés





Rue du Bourbonnais

### Dispositions applicables en ZP4

Les entrées de ville concernées constituent la première image de la ville d'Orange. Elles offrent pour certaines de belles percées visuelles sur des paysages emblématiques du territoire (colline Sainte-Eutrope, mont Ventoux). Aujourd'hui, l'ensemble de ces axes urbains connait une densité relativement importante de dispositifs publicitaires de grande taille. Ces panneaux tendent à brouiller le paysage urbain et à impacter négativement l'image perçue de la ville, la promotion commerciale prenant le pas sur la valorisation urbaine et architecturale. Le format apparait également par endroit peu adapté au contexte urbain (lorsque la voirie est étroite et les bâtiments proches de la route. Exemple : route de Caderousse, route de Camaret).

L'amélioration de la qualité de ces entrées de ville constitue donc un des enjeux fort du RLP. Pour y répondre, un travail est fait pour réduire de façon significative l'emprise visuelle des publicités et des préenseignes, tout en maintenant des possibilités d'affichage nécessaires aux activités économiques.

Ainsi, au regard des dispositions du RLP en vigueur et du Code de l'Environnement, le projet de RLP :

- Réduit le format maximum autorisé le long de ces axes pour la publicité murale et scellée au sol, au lieu des 12 m² autorisés actuellement sur la commune (RLP en vigueur) et dans le code de l'environnement.
- Limite la publicité scellée au sol à certaines unités foncières.
- Limite la publicité à un seul dispositif par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (tous supports confondus). Ce qui fait supprimer les quelques doublons existants.
- Interdit la publicité numérique le long de ces axes.

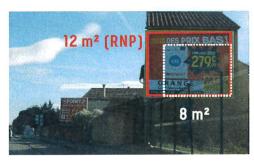
En ZP4a, le format et la densité publicitaire sont adaptés au contexte plutôt économique des quartiers traversés et à l'emprise relativement large du domaine public. Un compromis sest donc trouvé entre le maintien d'une surface publicitaire suffisante nécessaire à la visibilité des acteurs économiques et une réduction permettant de diminuer toutefois leur emprise visuelle. Le RLP impose donc un format maximum de 8 m² (encadrement compris).

Concernant la densité, un travail de simulation a été réalisé. Le linéaire minimum d'unité foncière qui est apparu le plus pertinent pour pouvoir installer une publicité scellée au sol est de 40 mètres. Il permet de réduire de 45% le nombre de dispositifs existants, tout en conservant certaines possibilités d'affichage.

## Impact sur l'existant

 45% de panneaux publicitaires au regard de l'existant







## Justification des choix relatifs aux règles de densité

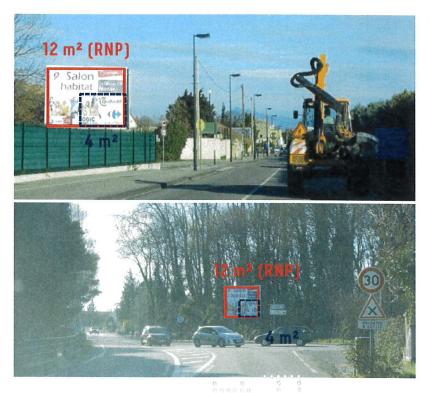
• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	Simulations RN7	Nb dispositifs restants	Suppression engendrée	Opportunités
0 0 0	Existant	31 dispositifs		
	Si scelle au sol autorisé uniquement sur <b>UF ≥ 40m</b> . Max I dispositif par UF, <b>2</b> sur UF ≥ 80m	19 dispositifs	- 12 dispositifs = - <b>40%</b>	+ 31 nouveaux possibles
Proposition ° retenue	Si seellé au sol autorisé uniquement sur <b>UF ≥ 40 m</b> Max 1 dispositif par UF	17 dispositifs	- 14 dispositifs = <b>- 45%</b>	+ 18 nouveaux possibles
	Si scellé au sol autorisé uniquement sur <b>UF</b> ≥ <b>60m</b> Max <b>1</b> dispositif par UF	16 dispositifs	- 15 dispositifs = - <b>50%</b>	+ 16 nouveaux possibles

<u>En ZP4b</u>, le format et la densité publicitaire sont adaptés au contexte résidentiel des quartiers traversés et à la proximité des unités foncières. La surface publicitaire maximum est donc réduite à 4 m² (encadrement compris) au lieu des 12 m² initialement autorisés dans cette zone. Cette surface apparait mieux proportionnée à l'emprise du paysage perçu ici.

Concernant la densité, un travail de simulation a été réalisé. Le linéaire minimum d'unité foncière qui est apparu le plus pertinent pour pouvoir installer une publicité scellée au sol est de 80 mètres. Il permet de réduire de 65% le nombre de dispositifs existants, tout en conservant certaines possibilités d'affichage.

## Impact sur l'existant

 65% de panneaux publicitaires au regard de l'existant



## Justification des choix relatifs aux règles de densité

Simulation Max 1 dispositif par UF	Nb dispositifs restants	Suppression engendrée	Opportunités
Existant	9 dispositifs		O
Si scellé au sol autorisé uniquement sur <b>UF ≥ 40m</b> .	5 dispositifs	- 4 dispositifs = - 45%	+ 19 nouveaux possibles
Si scellé au sol autorisé uniquement sur <b>UF ≥ 50m</b> .	4 dispositifs	- 5 dispositifs = - 55%	+ 18 nouveaux possibles
Si scellé au sol autorisé uniquement sur <b>UF ≥ 60m</b>	4 dispositifs	- 5 dispositifs = - 55%	+ 14 nouveaux possibles
Si scellé au sol autorisé uniquement sur <b>UF ≥ 80m</b>	3 dispositifs	- 6 dispositifs = <b>- 65%</b>	+ 8 nouveaux possibles

Proposition retenue

Concernant la publicité sur mobilier urbain, elle est autorisée jusqu'à 4 m² (sauf exception) en cohérence avec le format maximum autorisé sur les autres supports en ZP4b. Dans un souci d'harmonisation à l'échelle de toutes les entrées de ville, ce format est également imposé en ZP4a. Il constitue un compromis entre l'existant (2 m² aujourd'hui installé dans ces zones) et une certaine marge de manœuvre laissée pour l'avenir.

## Dispositions applicables en ZP5

A l'échelle de la commune, c'est au sein de cette zone à vocation économique que les dispositions règlementaires sont les plus souples en matière de publicité et de préenseignes.

Son éloignement desz zones de protection patrimoniale et son recul des entrées de ville permettent d'y laisser une marge de manœuvre dans le type de supports publicitaires autorisés et leur format.

#### Ainsi:

- la publicité est autorisée sur les 3 types de supports : sol, mural, sur mobilier urbain ;
- la publicité murale et scellée au sol est limitée à 10,5 m², format qui remplace aujourd'hui les anciens formats de 13,5 m² (encadrement compris) ; la publicité sur mobilier urbain est conservée jusqu'à 8 m² (disposition du RLP en vigueur).

En revanche, afin d'éviter une surabondance de dispositifs publicitaires, d'améliorer la lisibilité des messages et des enseignes installées également sur la zone, le RLP :

- limite la densité à un dispositif par unité foncière maximum le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique ;
- encadre la publicité numérique, autorisée jusqu'à 4 m² uniquement afin d'éviter un impact visuel trop significatif, celle-ci étant autorisée sur les 3 types de supports. Afin d'éviter un impact visuel depuis les entrées de villes principales où elles sont interdites, le règlement impose qu'au sein de la ZP5, les publicités numériques soient installées de telle sorte qu'elles ne soient pas visibles depuis ces grands axes (ZP4).

Un compromis est ici trouvé entre amélioration paysagère et expression publicitaire.

# Dispositions applicables en ZP6

Conformément aux articles L.581-4 et L581-7 du Code de l'environnement, toute publicité et préenseigne est interdite en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière et en dehors des sites classés. Hors agglomération, seules les préenseignes dérogatoires resteront autorisées, dans les conditions prévues par la loi.



# C.2.3 | Comparaison entre le projet de RLP révisé et le RLP en vigueur

## **ZP1** : centre historique intra-muros

Projet de RLP révisé :

Zone de publicité		Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZP1	Centre historique intra-muros	2 m² maximum	Interdite	Interdite

## Au RLP en vigueur, cette zone est classée :

Zone de publicité		Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZPR1	Centre-ville + zone de l'Arc de Triomphe	8 m² maximum	Interdite	Interdite

## ZP2 : abords et portes d'entrée du centre historique

Projet de RLP révisé :

	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	0 0	Publicité sur mur
ZP2	Abords et portes d'entrée du centre historique	8 m² maximum 2 m² aux abords du patrimoine UNESCO	Interdite	0 0	Interdite

## Au RLP en vigueur, cette zone est classée :

Zone de publicité		Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au spl	Publicité sur mur
ZPR1	Centre-ville + zone de l'Arc de Triomphe	Autorisée hormis dans un rayon de 150m autour de l'Arc de Triomphe 8 m² maximum	Interdite	Interdite
ZPR2	Reste de l'agglomération	8 m² maximum	12 m² maximum Uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est ≥ 20 mètres 1 à 3 dispositifs par unité foncière selon longueur de celle-ci.	12 m² maximum 1 dispositif par façade murale, ne couvrant pas plus de 50% de la surface du mur.

## **ZP3**: Quartiers résidentiels

Projet de RLP révisé :

Zone de publicité		Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZP3	Quartiers résidentiels	2 m² maximum	Interdite	Interdite

Au RLP en vigueur, cette zone est classée :

	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZPR2	Reste de l'agglomération	8 m² maximum	12 m² maximum Uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est ≥ 20 mètres 1 à 3 dispositifs par unité foncière selon longueur de celle-ci.	12 m² maximum 1 dispositif par façade murale, ne couvrant pas plus de 50% de la surface du mur.

# ZP4a : Entrées de ville D7N et avenue Jean Moulin

## Projet de RLP révisé :

	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZP4a	Entrées de ville D7N et	4 m² maximum 2 m² aux abords du	8 m² Uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est ≥ 40 mètres	8 m²
	avenue Jean Moulin	patrimoine UNESCO	1 dispositif par unité foncière le lo voies ouvertes à la circulation pub	

# Au RLP en vigueur, cette zone est classée :

	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZPR2	Reste de l'agglomération	8 m² maximum	12 m² maximum Uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est ≥ 20 mètres 1 à 3 dispositifs par unité foncière selon longueur de celle-ci.	12 m² maximum 1 dispositif par façade murale, ne couvrant pas plus de 50% de la surface du mur.
ZPA	Zone de publicité autorisée hors agglomération	8 m² maximum	12 m² maximum 2 dispositifs par unité foncière maximum. Interdistance de 100 mètres entre eux.	12 m² maximum

## ZP4b : Entrées de ville secondaires

# Projet de RLP révisé :

Zone de publicité		Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZP4b	Entrées de ville secondaires	4 m² maximum 2 m² aux abords du	<b>4 m²</b> Uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est ≥ 80 mètres	4 m²
		patrimoine UNESCO	1 dispositif par unité foncière le lo voies ouvertes à la circulation pub	

## Au RLP en vigueur, cette zone est classée :

_	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZPR2	Reste de l'agglomération	8 m² maximum	12 m² maximum Uniquement sur les unités foncières dont le côté bordant la voie est ≥ 20 mètres 1 à 3 dispositifs par unité foncière selon longueur de celle-ci.	12 m² maximum 1 dispositif par façade murale, ne couvrant pas plus de 50% de la surface du mur.

## **ZP5**: Zones économiques

## Projet de RLP révisé :

d e	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol	Publicité sur mur
ZDE	Zones d'activités	0 2	10,5 m²	10,5 m²
ZP5	économiques	8 m² maximum	1 dispositif par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique	

## Au RLP en vigueur, cette zone est classée :

Au	RLP en vigueur, cette zone e	st classée :	
	Zone de publicité	Publicité supportée par du mobilier urbain	Publicité au sol
ZPA	Zone de publicité autorisée hors agglomération	8 m² maximum	12 m² maximum 2 dispositifs par unité foncière maximum.  Interdistance de 100 mètres entre eux.

## C.2.2 | Justifications des dispositions relatives aux enseignes

C.2.2.1 Dispositions générales

## Interdiction de certaines enseignes (E0.1)

Le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou imposante. Afin d'éviter l'installation de ceux-ci, le RLP interdit en particulier sur l'ensemble de la commune les enseignes sur une clôture non aveugle, celles apposées perpendiculairement à un mur si celui-ci est une clôture ainsi que les enseignes sur les arbres.

Il est également recherché une protection du patrimoine bâti de la commune. Pour cela, le RLP interdit l'installation d'enseignes sur les « éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des garde-corps, encadrements de baies, des corbeaux en pierre soutenant les étages, des volets, des décors en reliefs et tout autre motif décoratif et éléments de modénature ».

## Intégration architecturale de l'enseigne (E0.2)

Les enseignes étant soumises à autorisation du maire et à l'avis de l'architecte des bâtiments de France aux abords des monuments historiques, il est ici précisé que « L'installation d'une enseigne ne doit pas, par sa situation, ses dimensions, son aspect, être de nature à porter atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains. »

Les dispositions générales font référence à un objectif général d'harmonisation des enseignes avec l'aspect des bâtiments sur lesquels elles sont implantées : « l'enseigne doit s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade, les proportions de la façade et des ouvertures » et « Le choix des matériaux des enseignes scellées sur façade doit se faire en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées » Il s'agit ci de promouvoir l'intégration visuelle des enseignes.

Dans ce sens, il est précisé que « Si nécessaire au respect de cette disposition et selon la composition de la façade, l'enseigne peut se scinder en plusieurs morceaux venant se placer au-dessus de plusieurs ouvertures ». Cette marge de manœuvre va permettre dans certains cas de faciliter l'intégration architecturale de l'enseigne et sa mise en cohérence avec les lignes de composition de la façade.

## Enseignes lumineuse (E0.3)

L'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses (dont numériques) vise à répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie nocturne.

## C.2.2.2| Dispositions applicables en ZP1

Patrimoine architectural d'intérêt, le centre-ville d'Orange doit bénéficier d'une attention particulière dans le traitement des enseignes. Celles-ci jouent en effet un rôle essentiel dans la perception des façades bâties du centre historique.

Aujourd'hui, de nombreux dispositifs sont de qualité, mais face à une réglementation nationale relativement permissive et un RLP en vigueur qui n'encadre pas les enseignes, l'enjeu est d'assurer sur le long terme l'intégration des dispositifs avec leur environnement bâti, tout en laissant une marge de manœuvre aux entreprises dans l'expression de leur identité. Dans le sens des prescriptions de l'architecte des bâtiments de

France, la commune souhaite favoriser un traitement qualitatif des enseignes sur ce site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO.

L'ensemble des règles fixées dans le RLP vient répondre aux objectifs définis en amont de la démarche :

- Encadrer la densité et harmoniser le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades (objectifs B2.1)
- Travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti (objectifs B2.2).

Il s'agit donc d'assurer à travers des règles d'implantation, de densité et de format, une certaine harmonie d'installation des enseignes avec l'environnement bâti et urbain.

## Densité des enseignes par activité

Le cumul d'enseignes sur et devant chaque bâtiment d'activité peut entraîner une « surcharge » visuelle relativement impactante sur la perception du patrimoine bâti et l'environnement urbain. Le projet de RLP intègre donc plusieurs dispositions limitant le nombre d'enseignes par activité. Celles-ci résultent d'un compromis entre nécessaire visibilité des entreprises et valorisation du patrimoine :

- > Le nombre d'enseignes global par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique est limité à 5.
- > Le nombre d'enseignes apposées sur la devanture commerciale est limitée à 3 enseignes : une enseigne apposée au-dessus du niveau des ouvertures, une enseigne apposée sur la partie latérale (pour les menus, horaires d'ouvertures, ...) et une enseigne apposée perpendiculairement à la façade. Cette contrainte permet de conserver une lisibilité de la façade bâtie.
- > Le nombre d'enseignes installées directement sur le sol est limité à un dispositif le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique ; ceci afin d'éviter une surabondance de mobiliers le long des espaces publics.

## Format des enseignes

Toujours dans un objectif de réduction de l'emprise visuelle et d'adaptation des enseignes aux proportions des devantures commerciales et de l'environnement urbain (ruelles), le RLP encadre le format des différentes enseignes :

- > La surface cumulée des enseignes apposées sur la façade est limitée à 20% de la surface de la devanture lorsque celle-ci fait moins de 50 m² (dominante en centre ancien). Cette disposition vient remplacer les 25% du code de l'environnement, qui sont apparus trop souples.
- > L'enseigne apposée au-dessus du niveau de la ou des ouvertures ne doit pas excéder en hauteur 20% de la hauteur de la devanture commerciale. Il s'agit ici d'assurer une harmonie entre la hauteur de l'enseigne et celle de la devanture.
- > L'enseigne apposée sur la partie latérale d'une ouverture ou sur une clôture ne doit pas excéder 1 m².
- > L'enseigne apposée perpendiculairement à la façade est encadrée en hauteur et largeur, avec des formats mieux adaptés au contexte urbain (rues étroites, espaces piétonniers, ...) et qui permettent une certaine identité et harmonie visuelle sur l'ensemble de la rue (maximum 0,8 x 1,2 m, alors que la loi permettrait dans certains cas un débord jusqu'à 2 mètres de la façade).
- > Afin d'éviter le collage d'enseignes sur la quasi-totalité d'une baie commerciale, souvent peu qualitatives et disproportionnées, le RLP limite leur surface cumulée à 20% de la surface de la baie.
- > Les enseignes installées directement sur le sol sont limitées à 1 m², format généralement utilisé pour les chevalets, qui apparait plus cohérent avec l'emprise des espaces publics (au lieu des 12 m² du code de

l'environnement). Ce type de dispositif reste autorisé, nécessaire à diverses activités, en particulier les restaurants (affichage de menus, ...).

## Modalités d'implantation des enseignes

Les règles d'implantation viennent assurer la qualité d'intégration architecturale des enseignes et la lisibilité des détails architecturaux qui font la valeur du centre historique : limitation de la hauteur d'installation sur les niveaux, implantation des enseignes perpendiculaires au plus près des limites séparatives, saillie des enseignes apposées à plat limitée à 0,15 m afin d'éviter des débords peu qualitatifs par rapport à la façade, enseignes sur store limitées aux tombants.

### Esthétique des enseignes

Dans une recherche d'identité et de qualité, il est imposé que l'enseigne apposée au-dessus du niveau de la ou des ouvertures soit composée de lettres ou signes fixés directement sur la façade, ou peintes directement sur celle-ci. Ce type d'enseignes apporte une réelle plus-value à un centre historique.

Cette disposition permet également de limiter l'emprise visuelle de l'enseigne en supprimant les panneaux de fond.

### Interdiction des enseignes sur toiture

L'interdiction des enseignes sur toiture vise à conserver la qualité de perception de cet ensemble bâti qu'est le centre historique. Ce type d'enseigne étant absent aujourd'hui sur la zone, il s'agit de pérenniser cette caractéristique en privilégiant les enseignes murales.

# Eclairage et enseignes numériques

L'éclairage joue un rôle essentiel dans la perception des espaces publics et des façades bâties. C'est pourquoi le RLP vise à encadrer le type d'éclairage utilisable et interdit les enseignes numériques, qui n'ont pas leur place au sein de cette zone

## C.2.2.3| Dispositions applicables en ZP2

Comme en ZP1, le secteur présente des enjeux à la fois patrimoniaux (abords de monuments historiques, secteur de faubourgs, portes d'entrée du centre ancien) et économiques (présence de nombreuses activités sur ce centre-ville « élargi »).

Pour ces raisons, les dispositions relatives aux enseignes autorisées en ZP2 sont globalement les mêmes qu'en ZP1 : recherche de qualité visuelle, harmonisation et dégagement de l'espace visuel.

Une marge de manœuvre est toutefois laissée sur certains points du fait d'un environnement urbain moins identitaire :

- > La surface cumulée des enseignes est ici limitée à celle imposée dans le code de l'environnement (25% dans le cas de devantures de surface inférieure à 50 m²).
- > Les enseignes sur panneau sont autorisées dans cette zone. La règle imposant des lettres peintes ou fixées directement sur la devanture étant relativement restrictive, elle est réservée au secteur à la plus forte valeur architecturale.
- > Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans cette zone. Contrairement à la ZP1 où les bâtiments sont placés en limite de domaine public (et donc où les enseignes au sol ne sont pas utiles), la ZP2 compte de nombreux bâtiments situés en retrait de la voie. Avec des façades plus éloignées de la route, certaines activités

utilisent donc des enseignes scellées au sol pour signaler leur présence. Il est donc apparu nécessaire de maintenir autorisé ce type d'enseignes en ZP2.

Dans un souci de valorisation paysagère, ces dispositifs sont toutefois encadrés :

- Ils sont autorisés uniquement si nécessaire à la visibilité des activités, c'est-à-dire généralement lorsque l'enseigne sur façade est rendue moins visible du fait du recul du bâtiment d'activité. Le RLP les autorise donc uniquement lorsque le bâtiment d'activité est implanté en retrait de plus de 5 mètres du domaine public.
- Ils sont limités à un seul dispositif par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (dispositif scellé ou installé sur le sol). Dans le cas où plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées sur un dispositif unique afin d'éviter une accumulation d'enseigne au sol sur un linéaire réduit.
- Leur format est limité à 4 m² par face (au lieu des 12 m² du code de l'environnement). Il constitue un compromis entre une nécessaire visibilité de l'information et une réduction de l'emprise visuelle de ce type de dispositif aux abords et portes d'entrée du centre patrimonial.
- Leur hauteur est limitée à 4 m (au lieu des 8 m du code de l'environnement), hauteur qui apparait plus adaptée au format de 4 m² imposé dans le RLP.
- > Les enseignes apposées sur clôture peuvent bénéficier d'une surface de 2 m² dans le cas d'un dispositif mutualisé, la ZP2 comptant plusieurs activités installées sur des unités foncières communes.

## C.2.2.4| Dispositions applicables en ZP3, 4a, ,4b et 6

Le RLP encadre aussi les enseignes dans les quartiers résidentiels, les entrées de ville et les secteurs situés hors agglomération, considérant qu'ici aussi leur intégration paysagère doit être favorisée. En effet, il a été identifié que « sur l'ensemble du territoire, certaines enseignes marquent fortement l'espace urbain, de par leur densité, leur format ou le type de support utilisé. Le RLP en vigueur ne définit aucune disposition spécifique à ce type de dispositif. Le nouveau RLP doit permettre de remédier à ce manque pour améliorer la qualité d'intégration des enseignes dans le paysage urbain » (cf. éléments introductifs de l'orientation B.1).

#### Comme en ZP1 et ZP2, le RLP:

- > impose un nombre maximum d'enseignes par activité afin d'éviter toute surabondance de dispositifs sur les devantures commerciales et les unités foncières ;
- > encadre le nombre des enseignes apposées sur les devantures et règlemente leur implantation, dans un souci de cohérence visuelle avec les bâtiments sur lesquels elles sont installées, et d'intégration à l'environnement urbain;
- > encadre le format et la densité des enseignes apposées au sol et sur clôture, qui restent bien entendu autorisées dans ces zones, nécessaires à la visibilité des entreprises dont les bâtiments d'activité sont situés en retrait du domaine public ;
- > encadre la possibilité d'installation d'enseignes au sol afin d'éviter ici aussi une surabondance de dispositifs le long des différents axes urbains (retrait nécessaire de 5 mètres du bâtiment d'activité par rapport au domaine public).

#### La différence avec la ZP2 concerne :

> La possibilité d'installation d'enseignes sur toiture en ZP3 et ZP4, pour les établissements de grande surface implantés dans ces zones, qui disposent généralement d'ores et déjà de ce type d'enseignes. Leur nombre est

toutefois encadré afin de limiter leur emprise visuelle. En ZP6, elles restent interdites au regard de l'impact visuel qu'elles peuvent engendrer sur la perception du grand paysage et des arrière-plans paysagers.

> La surface maximum autorisée pour les enseignes scellées ou installées directement sur le sol :

- En ZP3, soit au cœur même des quartiers résidentiels, le RLP fixe un format maximum de 4 m² similaire à celui autorisé en ZP2. Ce format apparait adapté au contexte essentiellement résidentiel dans lequel il s'inscrit.
- En ZP4a et b, le format est adapté au contexte plus routier de ces axes et à la proximité de certaines zones économiques, qui nécessite un format un peu plus grand qu'en cœur de zone résidentielle. Au regard de la règlementation nationale, le format maximum autorisé est toutefois divisé par 2, soit 6 m². Un compromis est ainsi recherché entre visibilité des acteurs économiques et réduction de l'emprise visuelle des enseignes.
- En ZP6, le RLP reste sur les dispositions du code de l'environnement, qui impose hors agglomération un format maximum de 6 m². L'application de cette règle vient d'ores et déjà supprimer plusieurs dispositifs de taille supérieure implantés en zone naturelle ou agricole.

Toutes ces règles vont dans le sens d'une réduction de l'emprise visuelle des enseignes, en favorisant des enseignes intégrées de façon qualitative au paysage urbain ou agricole. Les formats restent cohérents avec la nécessaire lisibilité des dispositifs et donc des entreprises.

Enfin, dans un souci de valorisation paysagère des entrées de ville, de qualité de vie en cœur des zones résidentielles et de réduction de l'impact de la lumière hors agglomération, les enseignes lumineuses sont limitées à celles éclairées par projection ou transparence, et les enseignes numériques sont interdites. Il est apparu que ces dernières n'ont pas leur place en dehors des grandes zones économiques.

C.2.2.5| Dispositions applicables en ZP5

Cette zone se caractérise par :

- sa vocation essentiellement économique ;
- une fréquentation essentiellement routière ;
- des bâtiments diversifiés en termes de surface de devanture commerciale ;
- sa situation hors zone d'intérêt architectural.

Ces caractéristiques nécessitent une approche spécifique concernant les enseignes. Une marge de manœuvre doit être laissée en termes de format, de densité globale et de surface cumulée.

En revanche, le choix des élus est de **privilégier certaines enseignes** afin de réduire la quantité de dispositifs implantés sur la zone, qui engendre une pollution visuelle significative et impacte son attractivité, la lisibilité des entreprises et des messages publicitaires.

## Interdiction de certaines enseignes

L'objectif de la Commune est donc de privilégier les dispositifs muraux et scellés au sol, qui de par la configuration urbaine de ces zones, offrent une large visibilité depuis les voies ouvertes à la circulation publique (très peu de clôtures, espaces relativement ouverts). Pour y répondre, le RLP interdit donc les enseignes sur toiture, sur clôture et sur baies commerciales.

## Encadrement des enseignes au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées jusqu'à 8 m² afin de répondre aux besoins des acteurs économiques. Bien qu'elles restent autorisées dans le RLP, leur emprise visuelle doit toutefois être encadrée; ces dispositifs étant très visibles de par leur proximité aux voies. Pour cela, plusieurs outils sont instaurés :

- Comme dans les autres zones, les enseignes au sol sont autorisées uniquement si nécessaire à la visibilité des activités, c'est-à-dire généralement lorsque l'enseigne sur façade est rendue moins visible du fait du recul du bâtiment d'activité. Le RLP les autorise donc uniquement lorsque le bâtiment d'activité est implanté en retrait de plus de 5 mètres du domaine public.
- Un seul dispositif est autorisé par activité.
- Afin de favoriser la mutualisation des enseignes au sol pour les entreprises situées sur une même unité foncière, le RLP porte la surface maximum autorisée à 12 m² en cas de mutualisation.

Ces dispositions viennent répondre à l'objectif B3.1 « Encadrer la densité des enseignes, favoriser la mutualisation des enseignes sur une même unité foncière ».

### Recherche de qualité et harmonisation

Enfin, dans un souci de qualité et d'harmonisation :

- les dispositifs au sol sont limités à 2 faces.
- comme dans les autres zones, la densité et la saillie des enseignes installées per per diculairement aux façades sont encadrées. Une marge de manœuvre est toutefois laissée en termes de largeur (1m maximum au lieu de 0,80) et en hauteur (non règlementée en ZP5).

#### **Enseignes lumineuses**

Sur ces secteurs situés à l'écart des espaces d'habitat ou d'intérêt architectural, le RLP laisse une marge de manœuvre au type d'éclairage utilisé pour les enseignes lumineuses. Les enieux de qualité du cadre de vie nocturne sont limités dans cette zone.

#### Enseignes numériques

Le RLP laisse sur ce secteur une possibilité d'implantation d'enseignes numériques. En effet, étant sur un secteur à vocation économique, il apparait opportun ici de laisser une certaine souplesse à l'installation d'enseigne de ce type. Afin de limiter leur emprise visuelle, seules les enseignes murales peuvent être numériques, leur densité est limitée à un dispositif par activité (le long de chaque voie) et à 4 m² unitaire.

130

Synthèse des dispositions applicables aux enseignes pour le nouveau RLP:

The second

The section of

Sandanas (Sandanas)

Branch Mills

Black or or or other

Bearing and a

And the country of

Zo	Zone de publicité	Densité globale	Enseigne sur toiture	Enseignes murales apposées à plat ou parallèlement à un mur	Enseignes murales apposées perpendiculairement à un mur	Enseigne au sol	Numérique
ZP 1	Centre historique intra-muros		Interdite	1 enseigne au-dessus des ouvertures, de hauteur 20% de la hauteur de la devanture, lettres peintes ou fixées directement sur la façade 1 enseigne latérale de 1 m² maximum 1 enseigne sur clôture de 1 m² maximum		1 enseigne/voie 1 m² par face Scellée interdite	
ZPZ	Abords et portes d'entrée du centre historique			1 enseigne au-dessus des ouvertures, de hauteur 20% de la hauteur de la devanture 1 enseigne latérale de 1 m² maximum 1 enseigne sur clôture de 1 m² maximum, 2 m si dispositif mutualisé		1 enseigne/voie 4 m² max	
ZP3	Quartiers résidentiels	5 enseignes par	Autorisée si		1 enseigne perpendiculaire, de 0,8 de saillie et 1,2m de hauteur maximum	1 enseigne/voie 4 m² max	Interdite
ZP4a	Entrées de ville D7N et avenue de Jean Moulin		emprise au sol des bâtiments de l'activité > 1000 m²	1 enseigne au-dessus des ouvertures, de hauteur 20% de la hauteur de la devanture 1 enseigne latérale de 1 m² maximum			
ZP4b	Entrées de ville secondaires		, activité	1 enseigne sur clôture de 1 m² maximum, 2 m si dispositif mutualisé		1 enseigne/voie 6 m² max	
SP6	Hors agglomération Site classé « Colline Saint-Eutrope »		Interdite				
ZP5	Zones économiques	N R	Interdite	Enseigne interdite sur clôture	1 enseigne perpendiculaire, de 1m de saillie maximum Hauteur : NR	1 enseigne/voie 8 m² max, 12 m² si dispositif mutualisé	Autorisée sur mur 4 m² max