ENTRAIGUES
SUR LA SORGUE

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Cyclades

SOMMAIRE

INTRODUCTION 4

1. CONTEXTE REGLEMENTAIRE ET TEXTES DE REFERENCE 5
2. LEXIQUE (DEFINITIONS ISSUES DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT) 7

DIAGNOSTIC 12

1. LE CONTEXTE COMMUNAL 13
2. ANALYSE ET BILAN DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE 1999 20
3. ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES 23

ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 45

JUSTIFICATIONS DES CHOIX 49

1. NOUVELLES DELIMITATIONS DES LIMITES D'AGGLOMERATION 50
2. STRUCTURE DU REGLEMENT 54
3. DELIMITATIONS DES ZONES DU NOUVEAU REGLEMENT 55
4. CHOIX REGLEMENTAIRES PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS DU RLP 57
5. DEROGATION DE LA ZONE NATURA 2000 62

INTRODUCTION

1. CONTEXTE REGLEMENTAIRE ET TEXTES DE REFERENCE

▪ Réglementation nationale

La loi N°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a réformé le régime de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes notamment à travers ses articles 36 à 50. Le décret portant règlementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes a été publié le 31 janvier 2012 et est entré en vigueur le 1er Juillet 2012.

Cette réforme poursuit 3 objectifs :

- une amélioration du cadre de vie, notamment des entrées de ville, avec une limitation et un encadrement de l'affichage publicitaire (réduction de la pollution visuelle, mise en valeur des paysages et du patrimoine, extinction lumineuse et économies d'énergie…)
- une nouvelle répartition des compétences entre les collectivités territoriales et l'État (simplification et clarification des procédures, rationalisation des coûts, déploiement des règlements locaux de publicité, …) ;
- une diversification et un développement de nouveaux supports de publicité (création d'un nouveau régime d'autorisation pour les bâches, …)

Grâce à cette réforme, la compétence en matière de police a été donnée aux maires en cas d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur leur commune. En cas d'absence de règlementation locale, la compétence revient aux préfets de département.

Le contexte règlementaire dans lequel prend place le Règlement Local de Publicité est issu d'une application croisée entre :

- le Code de l'Environnement dans le cadre de la règlementation de la publicité extérieure, des enseignes et pré-enseignes,
- le Code de l'Urbanisme dans le cadre de la procédure, calquée sur celle d'un Plan Local d'Urbanisme,
- le Code de la route dans le cas de certaines incidences sur la sécurité routière.

Les textes de référence sont :

- **les articles L581-1 à 581-45 du code de l'environnement** modifiés par les articles 36 à 50 de la loi n°2010-788 du 12 Juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
- **les articles R 581-1 à R581-88 du code de l'environnement,** notamment modifiés par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes.

Le contenu du RLP est quant à lui codifié aux articles R581-72 à 79 du code de l'environnement :

R581-72 :

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

R581-73 :

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

R581-74 :

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L. 581-9 et L.581-10, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R. 581-66 et R. 581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L. 581-8.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Article R581-75 :

Le règlement local des communes faisant partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants définit les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie.

Article R581-78 :

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Il est aussi précisé en vertu de l'article L581-14 du code de l'environnement que le règlement local de publicité élaboré par la commune doit définir une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Toutes les dispositions réglementaires qui ne sont pas explicitement modifiées par le RLP demeurent applicables.

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme **définies au titre V du livre I^{er} du Code de l'Urbanisme.**

Enfin, il est important de rappeler qu'en matière de publicité, la commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue est régie par les dispositions relatives aux communes de + de 10 000 habitants car même si sa population est inférieure à 10 000 habitants, elle **fait partie de l'unité urbaine d'Avignon** qui compte plus de 100 000 habitants. En suivant ces dispositions, les publicités scellées au sol sont autorisées.

▪ Charte départementale de signalétique d'Information Locale

Le Conseil départemental du Vaucluse, par délibération du 21 juin 2019, a approuvé son règlement de voirie départemental, qui fait référence à la Charte départementale de Signalétique d'Information Locale, approuvée par délibération du 18 juin 2015, modifiée par délibération du 26 février 2016.

Cette charte départementale a été élaborée pour répondre de manière cohérente, sur l'ensemble du département, aux nombreuses demandes de fléchages des activités professionnelles, suite à la modification de la règlementation sur la publicité, les enseignes et pré-enseignes. Elle rappelle les activités éligibles, indique les conditions techniques et administratives de la mise en place d'une signalétique d'information locale à respecter.

Cette charte départementale est en annexe du règlement du RLP.

2. LEXIQUE (DEFINITIONS ISSUES DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT)

▪ Les dispositifs de publicité extérieure

Publicité (art. L. 581-3 du code de l'environnement) :

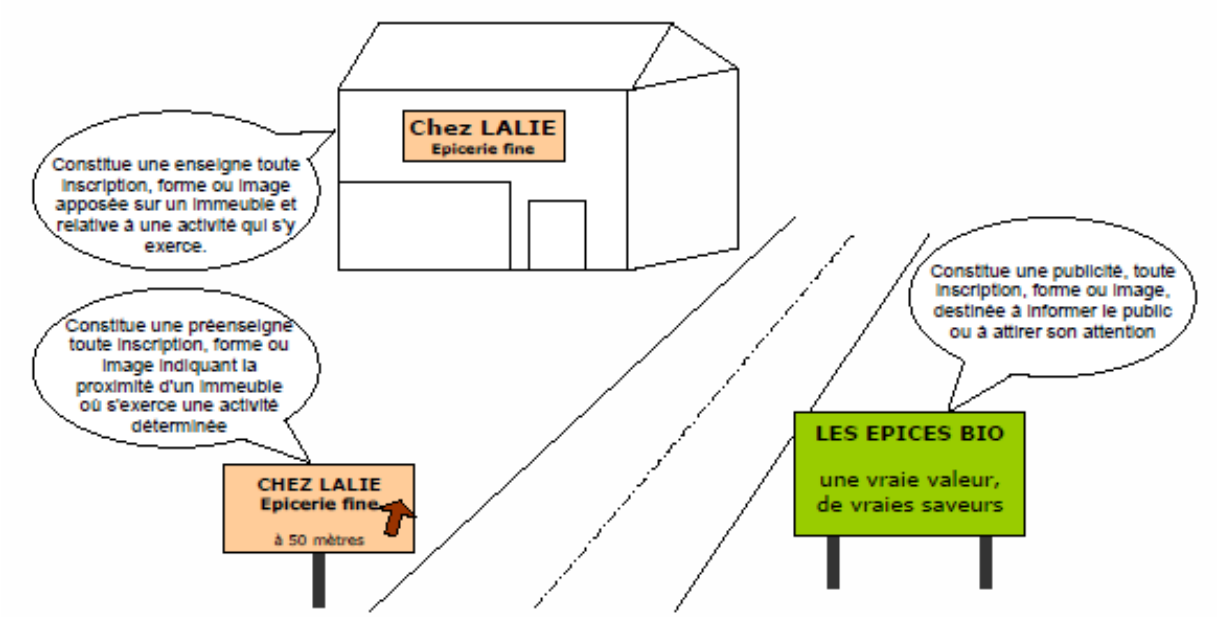
Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Enseigne (art. L. 581-3 du code de l'environnement) :

Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Pré-enseigne (art. L. 581-3 du code de l'environnement) :

Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée



Pré-enseigne dérogatoire (art. L. 581-19 du code de l'environnement) :

Pré-enseigne implantée hors agglomération (par dérogation à l'article L. 581-7) signalant les activités mentionnées par l'article L 581-19.

Dispositif (art. L. 581-3, R. 581-6 à R. 581-33 du code de l'environnement) :

Support ou matériel dont le principal objet est de recevoir toute inscription, forme ou image constituant une publicité. Ces supports, à l'exclusion des supports de base, sont assimilés à des publicités, et doivent respecter l'ensemble des règles applicables à ces dernières, qu'il y ait des inscriptions ou affiches publicitaires apposées ou non.

Un dispositif publicitaire peut être constitué de deux faces et donc avoir deux publicités apposées, ou dans le cas des dispositifs à affichage déroulant, à affichage défilant, à images numériques, supporter plusieurs publicités.

De même, les enseignes scellées au sol et les enseignes perpendiculaires sur façade peuvent être constituées de deux faces.

- **Autres définitions**

Unité foncière (art. R. 581-25 du code de l'environnement)

Ensemble des parcelles cadastrales contiguës appartenant à un même propriétaire, plus précisément « îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision » (CE, 27/06/2005, commune de Chambéry, 264667).

Autorisation d'emplacement (art. L. 581-9 ; R. 581-19 et R. 581-20 du code de l'environnement)

Concerne les bâches et les dispositifs de dimension exceptionnelle qui ne présentent généralement pas de support fixe ; à cet effet, l'autorisation est délivrée pour un emplacement destiné à accueillir lesdits dispositifs.

Bâche (art. L. 581-9 ; R. 581-19, R. 581-20, R. 581-53, R. 581-54, R. 581-55 du code de l'environnement)

Toile ou matériau souple imprimé de grande dimension tendue sur un échafaudage, un mur aveugle ou un mur aveugle comportant une ouverture d'une surface unitaire inférieure ou égale à 0,50 m², voire sur un support spécifique placé sur ce mur aveugle.

Clôture aveugle (art. R. 581-22 du code de l'environnement)

Clôture effectuée en murs « pleins », en maçonnerie, en bois ou matériaux opaques. Ne comprend pas les clôtures ajourées, à claire-voie, grillagées ou végétales.

Enseigne lumineuse (art. R. 581-59 du code de l'environnement)

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Façade commerciale (art. R. 581-63 du code de l'environnement)

Ensemble des éléments architecturaux qui compose la façade d'un local d'activité, à savoir : ensemble des murs du local où s'exerce l'activité ainsi que les vitrines, leurs encadrements, le bandeau formant l'enseigne horizontale, le système de fermeture ainsi que l'éclairage.

Interdiction absolue (art. L. 581-4 du code de l'environnement)

Toute publicité est interdite sur ces bâtiments et dans ces lieux (en et hors agglomération), et aucune dérogation n'est possible :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (arrêtés municipaux ou préfectoraux).

Interdiction relative (art. L. 581-8 du code de l'environnement)

Toute publicité est interdite dans ces lieux par le RNP (Règlement national de publicité), mais des dérogations sont possibles dans le cadre d'un RLP (Règlement local de publicité), à l'intérieur des agglomérations :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les secteurs sauvegardés ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;

à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou visés au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement (immeubles communaux remarquables présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque) ;

- dans les Zones de protection du patrimoine architectural urbain et paysager (ZPPAUP) et les Aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux (ancienne zone périphérique) ;
- dans les zones Natura 2000 (Zone spéciale de conservation - ZSC et Zones de protection spéciales - ZPS).

Micro-affichage sur devanture commerciale (art. L. 581-8 et R. 581-57 du code de l'environnement)

Publicité de format inférieur à 1 m² affichée sur les devantures commerciales d'un établissement et ne se rapportant pas à l'activité qui s'y exerce.

Mur aveugle (art. R. 581-22 et art. R. 581-55 du code de l'environnement)

Façade ne comprenant pas d'ouverture. Sont également considérés comme aveugles, les murs ou façades ne comportant que des ouvertures réduites, d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m².

Publicité lumineuse (art. L. 581-9 ; R. 581-34 du code de l'environnement)

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. On distingue trois catégories :

- la publicité éclairée par projection ou transparence,
- la publicité numérique (écrans)
- les publicités lumineuses directement réalisées par des dispositifs lumineux (tubes néons, diodes électroluminescentes, lettres découpées).

Voie ouverte à la circulation publique (art. L. 581-2 et R. 581-1 du code de l'environnement)

Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L. 581-2 du code de l'environnement, il faut entendre les 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.

Le champ d'application de la loi couvre ainsi la publicité, les enseignes et pré-enseignes implantées en bordure des rues ainsi que des autoroutes, routes, chemins ruraux, canaux, rivières, voies ferrées en plein air, chemins de grande randonnée, remontées mécaniques de stations de sports d'hiver et pistes de ski. Il inclut également la publicité sur véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs, équipés ou utilisés à des fins essentiellement publicitaires.

Restent en dehors du champ d'application les dispositifs installés :

- sur les vitrines à l'intérieur des magasins sauf si ces magasins sont utilisés principalement comme support publicitaire (arrêt «Zara», CE, 28-10-2009, n° 322758) ;
- dans des locaux ou lieux publics clos : stades, grandes surfaces et galeries commerciales, halls de gares ou d'aéroports, installations souterraines du métropolitain à la condition que ces dispositifs soient destinés à l'attention des seuls utilisateurs de ces lieux.

Le juge administratif considère que les voies de circulation d'un parking de plein air constituent des voies privées ouvertes à la circulation publique en bordure desquelles les publicités visibles de ces voies entrent dans le champ d'application du code de l'environnement.

DIAGNOSTIC

1. LE CONTEXTE COMMUNAL

▪ Contexte géographique et démographique

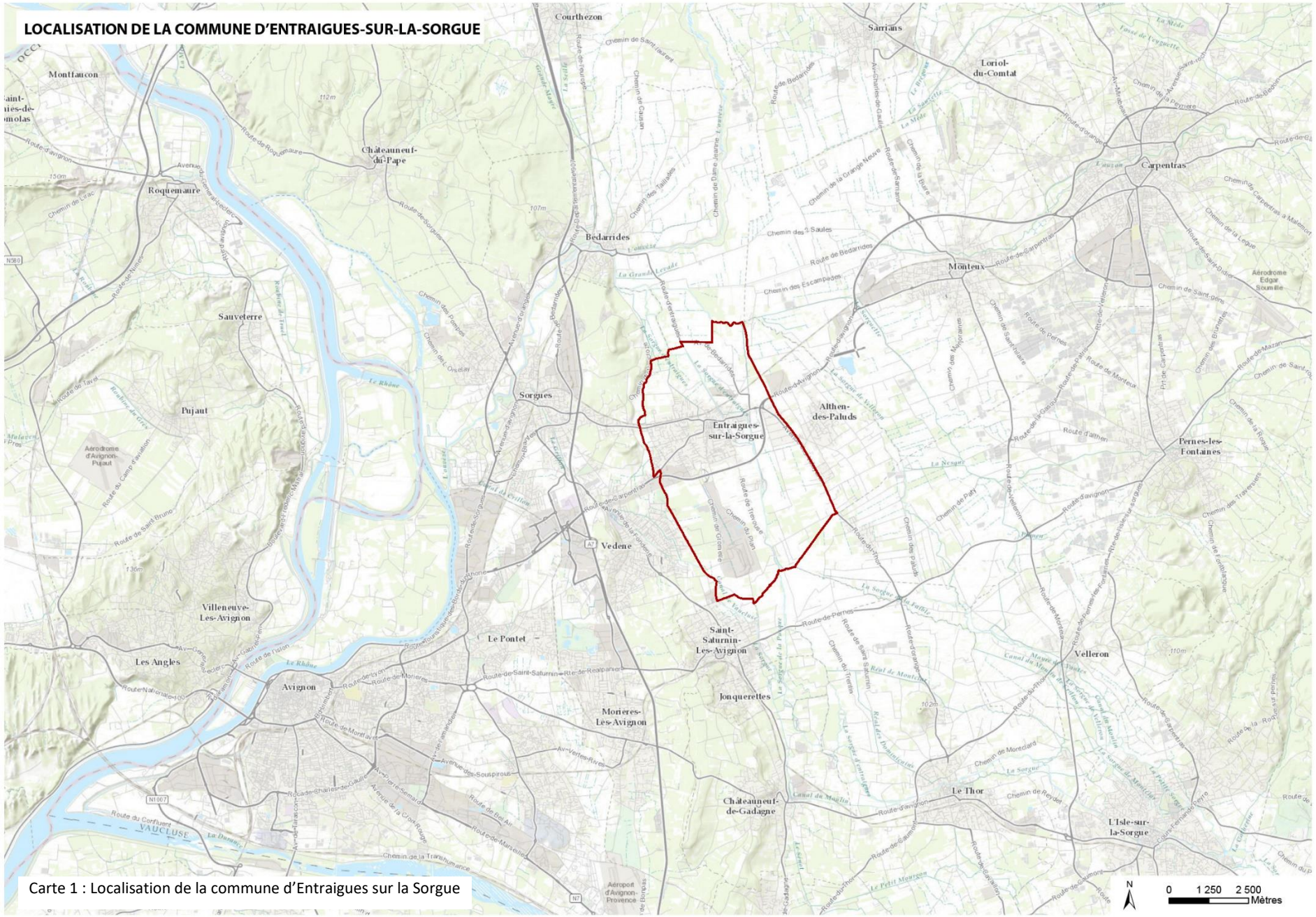
La commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue est située dans le département du Vaucluse, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Localisée à l'ouest du département dans la plaine du Comtat Venaissin, la commune est respectivement à 10 et 13 km de distance des communes plus importantes d'Avignon et de Carpentras.

Son territoire s'étend sur 1 658 hectares à 30 mètres d'altitude et est traversé du Nord au Sud par la Sorgue, dont les nombreux bras irriguent la ville.

Entraigues-sur-la-Sorgue fait partie de la Communauté d'Agglomération du Grand Avignon qui regroupe 16 communes, soit 196 267 habitants sur 30 280 ha.

La population communale compte 8 472 habitants selon le recensement INSEE de 2017. Avec un taux de croissance de 1,1% par an entre les deux derniers recensements de 2012 et 2017, Entraigues est une commune particulièrement dynamique au sein de l'agglomération Avignonnaise, qui elle connait un taux de croissance démographique de 0,5% par an. Son poids dans l'agglomération, par rapport aux autres communes, ne cesse d'augmenter au fil des années. (*Source : INSEE 2017)*

Sa situation géographique, sa proximité avec Avignon et le cadre de vie qu'elle offre - une commune à taille humaine, avec une proximité immédiate de la campagne - constituent depuis des atouts pour le territoire.



Carte 1 : Localisation de la commune d'Entraigues sur la Sorgue

- **Contexte urbain, patrimonial et paysager**

Le village d'Entraigues-sur-la-Sorgue s'est bâti entre le XIe et XIIe siècle sur un rocher de safre coquillier de couleur rousse. Tout au long des ruelles étroites et sinueuses se découvrent les principaux monuments du village tels que la Tour dite des Templiers, le château du Marquis de Montaigu ou encore l'église Notre-Dame-des-Sept-Douleurs. Ces premières constructions constituent actuellement le centre historique de la commune, avec un tissu urbain plutôt dense, composé d'habitations accolées compactes et de faibles hauteurs (R+1 à R+2).

Plusieurs vagues d'extensions de la commune se sont ensuite succédées.

Une première vague a eu lieu pendant le XIX^{e} siècle où la commune s'est étendue le long des axes routiers principaux dans la proximité immédiate du centre historique. Ce tissu urbain plus lâche avec la présence de cours et de jardins constitue les faubourgs de la commune d'Entraigues.

La commune s'est ensuite massivement développée entre 1960 et 1980 par la construction de nombreuses maisons individuelles. Ce tissu pavillonnaire, caractérisé par des habitations plutôt isolées, s'est développé à l'ouest et au sud du centre-historique.

Enfin, depuis les années 1980, la commune a continué à s'étendre avec la construction de maisons individuelles davantage resserrées (parfois accolées) et par le développement des bâtiments à vocation économique. Ces dernières années, plusieurs ensembles collectifs se sont aussi implantés permettant de diversifier l'offre en logements.

Le développement de l'urbanisation d'Entraigues-sur-la-Sorgue permet d'identifier plusieurs points importants pour définir les orientations et enjeux du Règlement Local de Publicité, à savoir préserver un cadre paysager plutôt patrimonial dans le centre historique et un cadre plutôt dégagé et lâche dans les zones pavillonnaire. Tout cela sans freiner le développement économique de la commune…

- **Contexte économique**

En 16 ans, le nombre d'emplois sur la commune d'Entraigues a plus que doublé, passant de 1144 emplois en 1999 à 2577 emplois en 2015.

Avec une croissance de l'emploi d'environ 125% sur la période, Entraigues connait un développement pratiquement 6 fois plus important que l'évolution intercommunale, pourtant elle-même déjà élevée. Ceci est une preuve de l'attractivité économique du territoire.

Évolution de l'emploi entre 1999 et 2015

	1999	2011	2015	Évolution 1999-2015
Nombre d'emplois à Entraigues	1144	2258	2 577	125%
Nombre d'emplois dans l'agglomération	71898	84 903	87 117	21%

Source : INSEE 2017

Cette croissance de l'emploi est en grande partie due à la commercialisation, en 2001, de la zone d'activités du Plan, l'une des 3 zones d'activités communautaires de la commune.

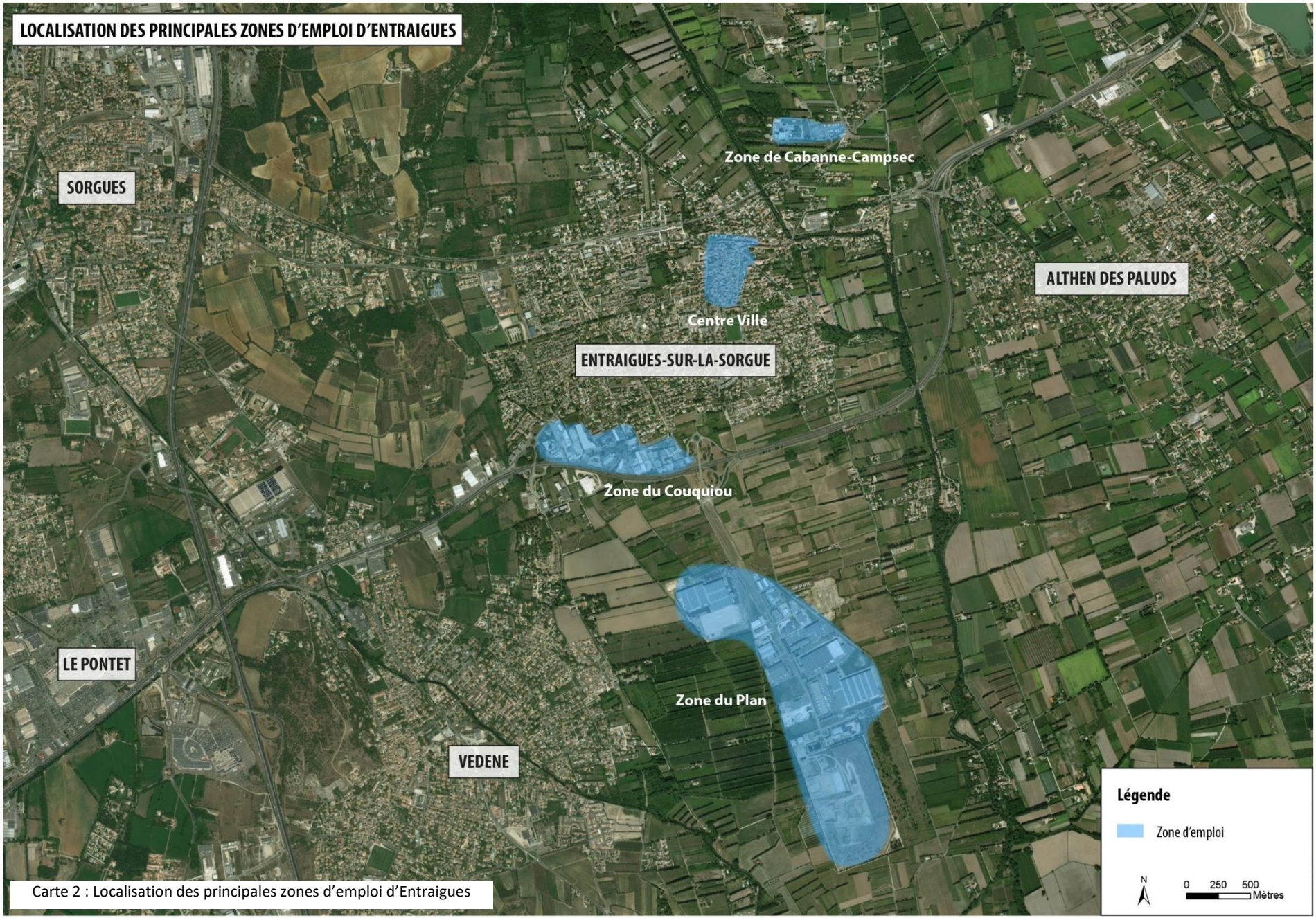
D'une superficie de 92 ha, cette nouvelle zone, située sur d'anciens terrains militaires compte une cinquantaine d'entreprises pour environ 1 500 salariés. De nouveaux projets d'extension de plusieurs hectares sont prévus pour cette zone, ce qui devrait encore améliorer l'attractivité économique de la commune.

Les deux autres zones d'activités communautaires de la commune sont la zone du Couquiou et la zone de Cabanne-Campsec.

La zone du Couquiou est une zone artisanale qui s'étend sur une vingtaine d'hectares en entrée de ville ouest d'Entraigues. Elle est occupée par plus de 60 entreprises qui occupent environ 600 salariés.

La zone de Cabanne-Campsec est située au nord de la commune et accueille un établissement de logistique employant environ 180 salariés.

Le centre-ville constitue également un pôle d'emploi important pour la commune. Il se compose d'une quarantaine de petits commerces répartis entre les ruelles du centre et la place du Béal.



Carte 2 : Localisation des principales zones d'emploi d'Entraigues

- **Contexte viaire**

La zone urbanisée de la commune est ceinturée par 3 voies départementales :

- Au Nord, la RD16 en provenance de Bédarrides qui se prolonge par l'avenue de Bédarrides,
- La RD942 qui traverse la commune d'ouest en est, en provenance respectivement d'Avignon et de Monteux et Althen-les-Paluds
- À l'Ouest, la RD38 en provenance de Sorgues qui se prolonge par la route de Sorgues.

Le maillage viaire de la voirie secondaire est assez dense et dessert les différents quartiers. Plusieurs routes principales dans la commune permettent de desservir la voirie secondaire et les principales voies départementales à savoir :

- La route d'Avignon en entrée de ville ouest,
- La route de Carpentras en entrée de ville est,
- La route de Sorgues à l'ouest de la commune,
- Le chemin de Sève à l'ouest qui se prolonge avec l'avenue Jean Jaurès en direction du centre-ville,
- L'avenue de la République et le Boulevard Saint Roch qui forment une ceinture autour du centre-ville,
- L'avenue Jean Moulin, l'avenue Victor Hugo, l'avenue du 11 Novembre 1918 et la rue Gaston Ferrier qui desservent le sud de la commune.

La commune dispose également d'une gare ferroviaire, ré-ouverte suite à la remise en service, en 2015, de la ligne Avignon-Sorgues-Carpentras. La gare est située au nord de la commune, à environ 10 min à pied du centre-ville.

Carte 3 : Localisation des principaux axes de transport d'Entraigues

2. ANALYSE ET BILAN DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE 1999

▪ Présentation générale du document

La commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue dispose d'un Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé en 1999. L'objectif principal du règlement était alors de préserver le cadre de vie et l'environnement des habitants de la commune, tout en tenant compte du droit d'expression et de diffusion par les moyens de publicités, pré-enseignes et enseignes.

Le règlement fixait plusieurs règles générales applicables à l'ensemble de la commune telles que :

- La maintenance et l'entretien des dispositifs publicitaires,
- L'emploi ou l'interdiction de certains matériaux,
- L'uniformité des formats publicitaires et leur alignement,
- La non visibilité des dos des dispositifs et leurs surfaces maximales,
- Le surplomb du domaine public.

S'en suivait la définition et la règlementation de cinq zones de publicité restreinte nommées ZPR1, ZPR2, ZPR3, ZPR4 et ZPR5.

Le reste de la commune n'était pas règlementé et était soumis à la règlementation nationale, à savoir les prescriptions de la Loi N°79-1150 du 29 Décembre 1979 et des décrets d'application, ainsi qu'aux dispositions du décret N°76-148 du 11 Février 1976, modifié par l'Arrêté du 17 Janvier 1983 ainsi que la Loi N°95-101 du 02/02/95 relative au renforcement de la protection de l'environnement du décret N°96-946 du 24/10/96 (JO. Du 31/10/96).

Cette règlementation n'est plus d'actualité et a évolué notamment avec le Loi N°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE) et le décret portant règlementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes de 2012.

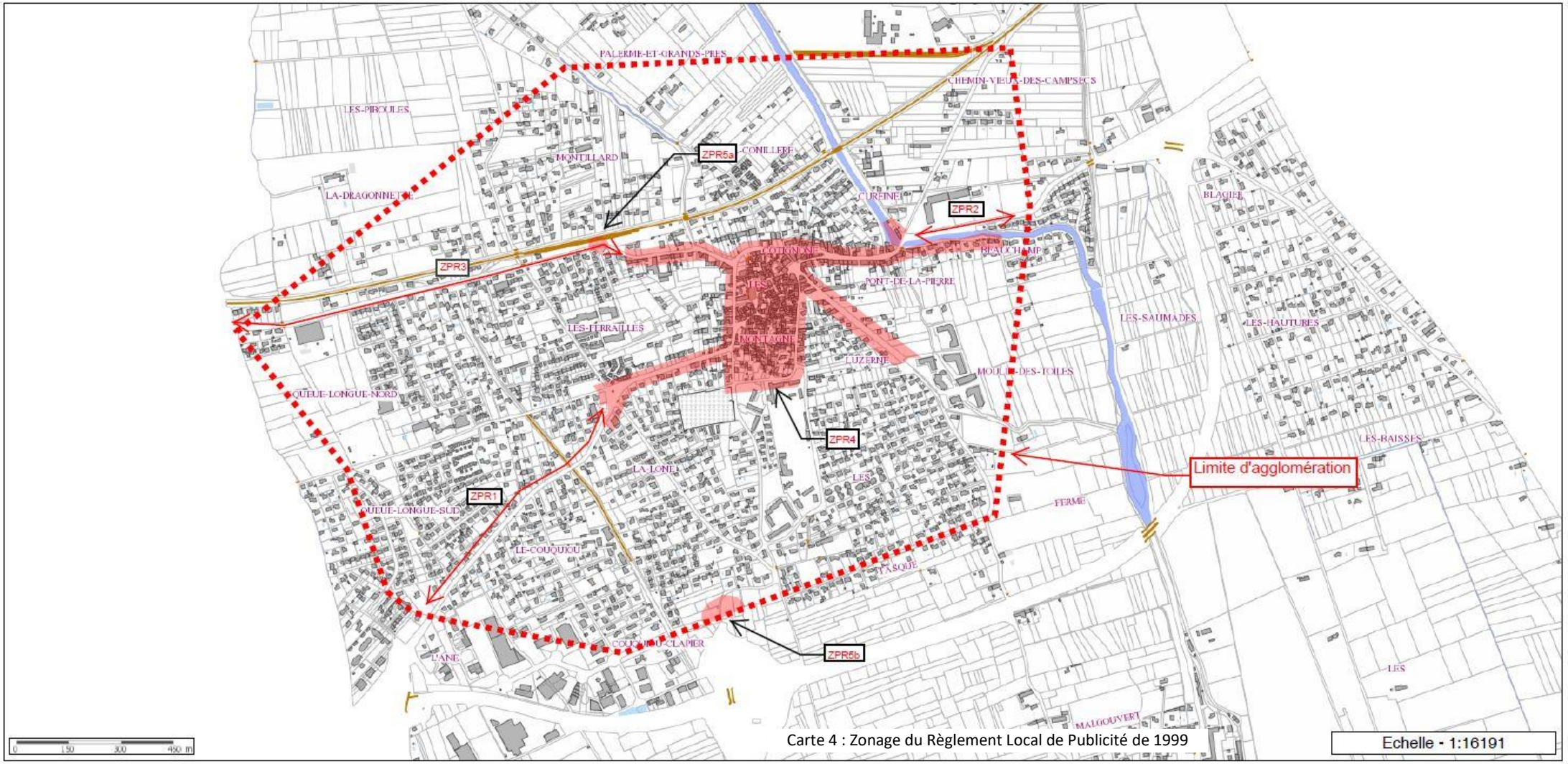
Plusieurs dispositions diverses figuraient aussi dans la fin du règlement concernant les palissades de chantiers, l'affichage d'opinions et la publicité des associations sans but lucratifs, les murs peints, le mobilier urbain et les relais d'information service et fléchages.

▪ Les Zones de Publicité Restreinte (ZPR)

Cinq zones ont ainsi fait l'objet d'une règlementation particulière dans le Règlement Local de Publicité de 1999. Ces zones ont été délimitées et cartographiées sur un plan de zonage annexé au règlement (Cf. Carte n°4).

Les ZPR1, ZPR2 et ZPR3 étaient définies comme les lieux en lesquels le cadre de vie et l'environnement de la commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue doivent être maintenus tout en autorisant l'implantation de dispositifs publicitaires.

Entraigues sur la Sorgue



Carte 4 : Zonage du Règlement Local de Publicité de 1999

La ZPR1 correspondait au tronçon situé Route d'Avignon un peu avant le Carrefour de la Rivasse.

La ZPR2 correspondait au tronçon situé Route de Carpentras, du Pont de la Pierre jusqu'à la limite d'Agglomération.

La ZPR3 correspondait au tronçon situé Route de Sorgues après la zone d'urbanisation dense et jusqu'à la limite d'agglomération.

Ces trois zones, bien que situées à des endroits différents de la commune, possédaient la même règlementation.

Dans ces zones, seuls étaient autorisés :

- Sur une même unité, deux dispositifs devront être distants de 50 m minimum,
- Surface d'affichage publicitaire maximum 12m² par face,
- Dispositifs une face : pour ce type de dispositif, l'habillage est obligatoire.

Étaient interdits deux panneaux côte à côte (doublon).

La publicité lumineuse n'était pas règlementée et restait soumise aux dispositions de la règlementation nationale.

La ZPR4 délimitait les lieux en lesquels le cadre de vie et l'environnement de la Commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue doivent être maintenus et préservés. Cette zone comprenait le centre ancien et le centre-ville ceinturés par plusieurs routes à savoir la route d'Avignon, la route de Carpentras, la rue Laurent Bertrand, l'avenue Salvador Allende, la place du 8 Mai 1945, le chemin du Moulin des Toiles et le rue Gaston Ferrier, le boulevard Saint Roch et l'avenue Victor Hugo.

Cette zone instituait une interdiction totale de publicité. Seuls le mobilier urbain et les relais d'information service étaient autorisés.

Cette règlementation était aussi valable pour la ZPR5 qui correspondait aux carrefours d'entrée de ville. Deux lieux étaient délimités sur le plan de zonage :

- La ZPR5a autour du giratoire à créer et dans un rayon de 30 m depuis l'axe de la chaussée sur la route de Sorgues ;
- La ZPR5b autour du carrefour giratoire existant et dans un rayon de 60 m depuis la limite de l'agglomération sur l'avenue de la Pastourelle.

▪ Un bilan mitigé

Le Règlement Local de Publicité d'Entraigues-sur-la-Sorgue qui a fêté sa 20^{e} année d'existence et d'application en 2019 reste sur un bilan mitigé entre incompréhension et relative efficacité.

En effet, aux dires des utilisateurs et des services de la commune, ce règlement semblait difficile à comprendre, utiliser, et appliquer. Très succinct et peu explicite, beaucoup de questions restaient sans réponse et tout semblait interdit.

Pourtant, au vu de l'état des lieux mené sur la commune (Cf. partie III), il semble que le règlement ait accompli son principal objectif : préserver les principaux lieux où le cadre de vie et l'environnement de la Commune doit être maintenus.

Effectivement, peu d'infractions au règlement ont été relevées et la propagation de la publicité a été très limitée notamment dans le centre-ville. Ce résultat découle aussi peut être de l'incompréhension de la règlementation…

Le bilan du Règlement Local de Publicité de 1999 permet donc de cibler les points à améliorer pour le nouveau règlement comme une meilleure lisibilité du document et une meilleure définition des règles pour l'ensemble de la commune. En revanche, il sera aussi important de ne pas laisser trop de possibilités aux entreprises afin de préserver l'environnement de la commune, ce qu'a plutôt bien réussi l'ancien règlement.

3. ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES

▪ Localisation de la publicité et identification des secteurs à enjeux

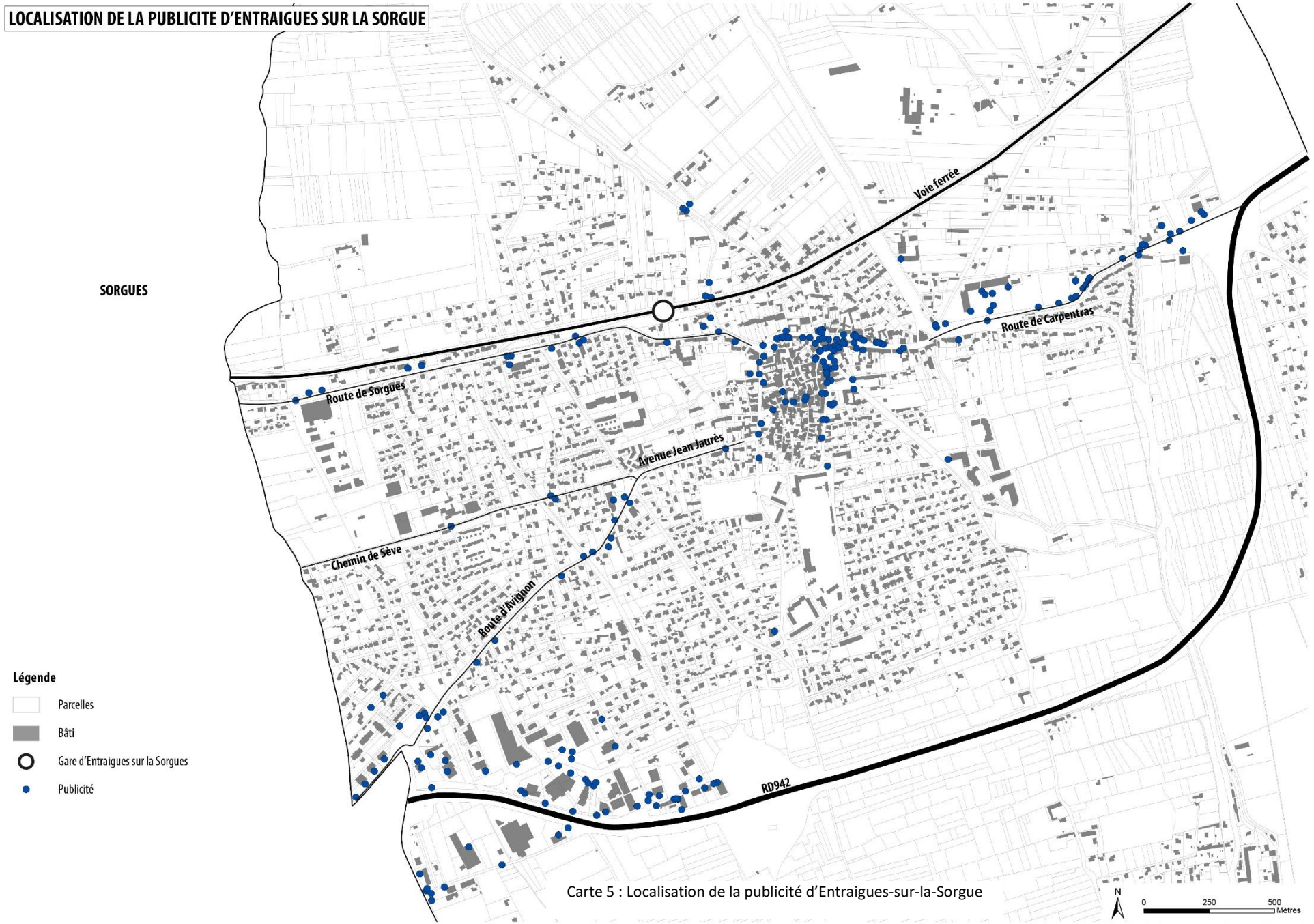
À partir d'un travail précis de repérage, plus de 200 lieux contenant des dispositifs publicitaires ont pu être identifiés sur le territoire communal, hors zone d'activité du Plan (Cf. Carte 5). Il est important de rappeler qu'un lieu peut contenir plusieurs dispositifs différents (enseignes, pré-enseignes, publicité scellée au sol, drapeaux etc…).

Dans un premier temps, ce travail de repérage a consisté à identifier les zones concernées par la publicité (Cf. Carte page suivantes) et d'en dégager les secteurs à enjeux de la commune. Cinq secteurs ont été prioritairement retenus :

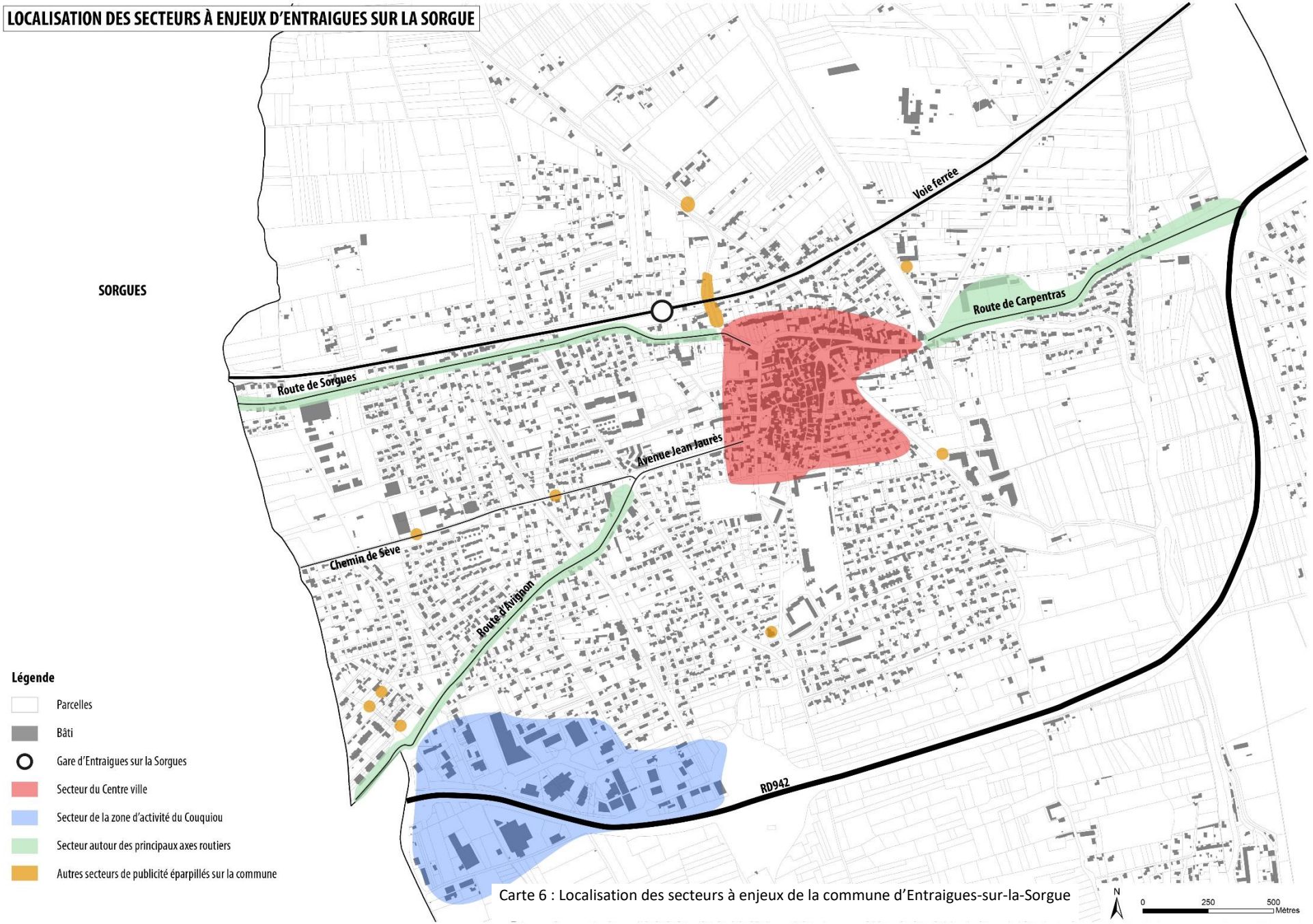
- Le secteur du centre-ville
- Le secteur de la zone d'activité du Couquiou
- Trois secteurs autour des principaux axes routiers à savoir la route d'Avignon, la route de Carpentras et la route de Sorgues

D'autres lieux contenant des dispositifs publicitaires ont aussi été identifiés de façon éparse sur la commune. Ils sont toutefois très peu nombreux, preuve que la publicité est peu présente dans les quartiers résidentielles où il y a moins de passage et de visibilité.

Dans un deuxième temps, l'objectif a été d'étudier la conformité ou non des différents dispositifs.



Carte 5 : Localisation de la publicité d'Entraigues-sur-la-Sorgue



Carte 6 : Localisation des secteurs à enjeux de la commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue

- **Conformité des dispositifs publicitaires**

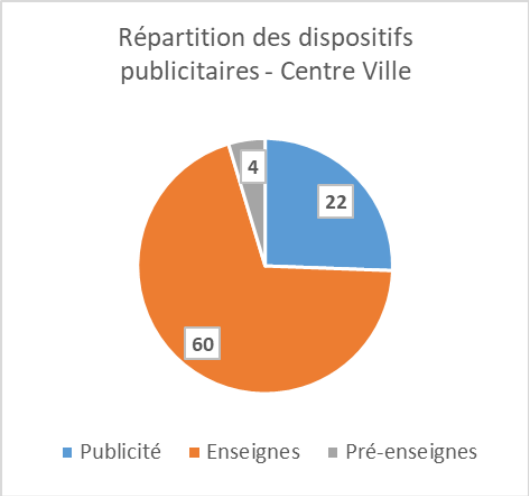
L'étude de la conformité des différents dispositifs a été réalisée par secteur d'enjeu et en lien d'une part avec le RLP de 1999 et d'autre part avec la règlementation nationale.

- *Secteur du centre-ville*

Le secteur du centre-ville compte 86 dispositifs publicitaires parmi 71 lieux distincts. Les ¾ de ces dispositifs sont des enseignes.

Il faut rappeler que les enseignes sont soumises à autorisation en et hors agglomération s'il existe un Règlement Local de Publicité. Ce régime d'autorisation, en plus d'assurer un contrôle règlementaire de la conformité des dispositifs, vise à assurer la bonne insertion architecturales des enseignes.

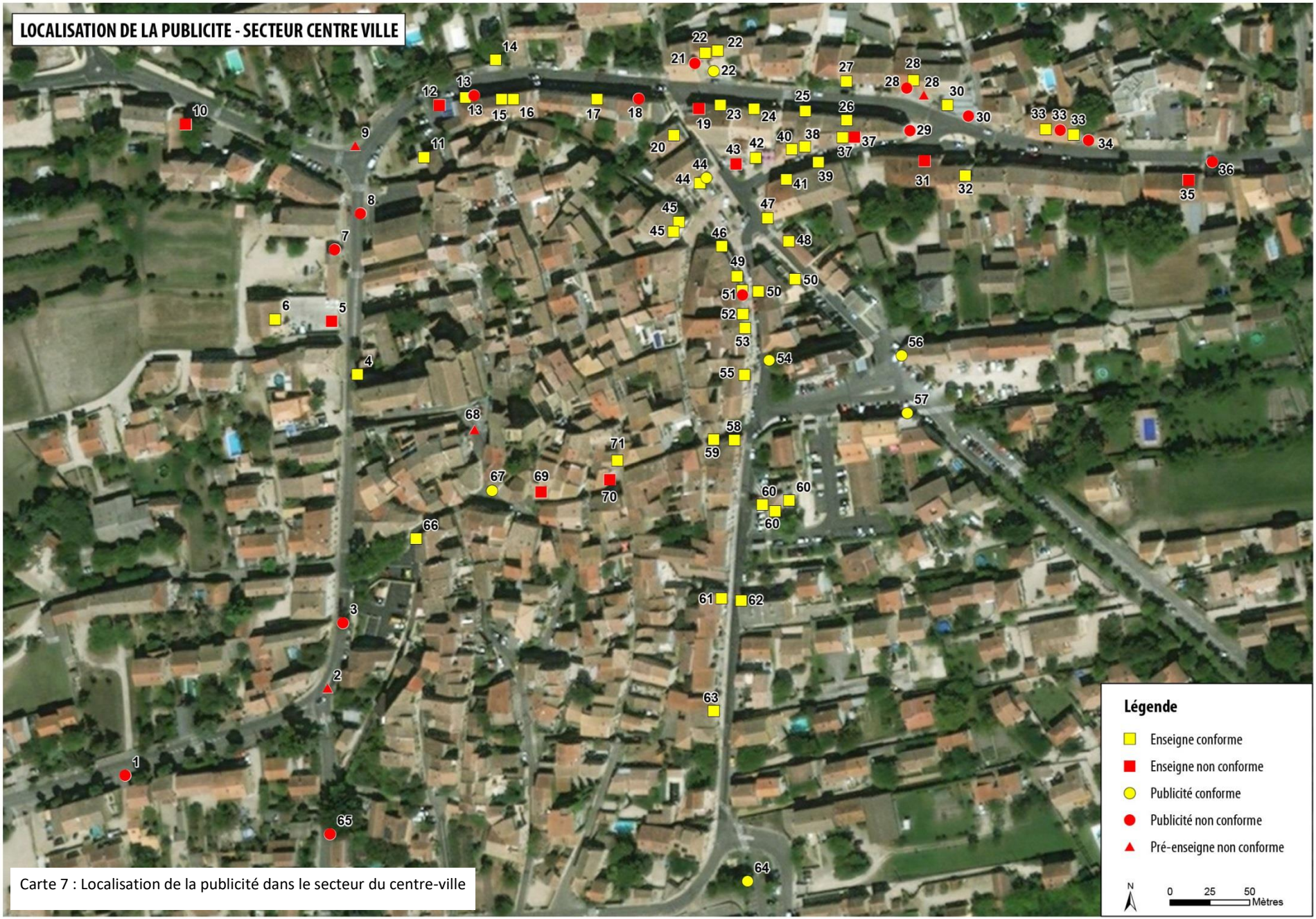
Actuellement, même si la plupart des enseignes sont conformes à la règlementation, la commune reçoit très peu de demandes d'autorisation.



Sur les 86 dispositifs recensés, 73% sont conformes à la règlementation. La plupart des non-conformités concernent des publicités et des enseignes (respectivement environ 50% et 35% des non-conformités). Parmi le peu de pré-enseignes présentes dans le centre-ville, aucune n'est conforme à la règlementation.

Publicités conformes	7	32%
Publicités non conformes	15	68%
Enseignes conformes	50	83%
Enseignes non conformes	10	17%
Pré-enseignes conformes	0	0%
Pré-enseignes non conformes	4	100%

La cartographie suivante (Cf. Carte 7) localise les dispositifs publicitaires présents en centre-ville et identifie leur conformité selon le type de dispositifs.



Carte 7 : Localisation de la publicité dans le secteur du centre-ville

Le secteur du centre-ville est concerné par trois principales non-conformités :

- Publicité présente sur des arbres ou des équipements de circulation (poteaux, panneaux de signalisation etc…)

- Publicité ou enseignes obsolètes ou endommagées

- Publicité présente dans une zone d'interdiction au RLP en vigueur

On retrouve aussi deux autres non-conformités par rapport à la règlementation nationale à savoir :

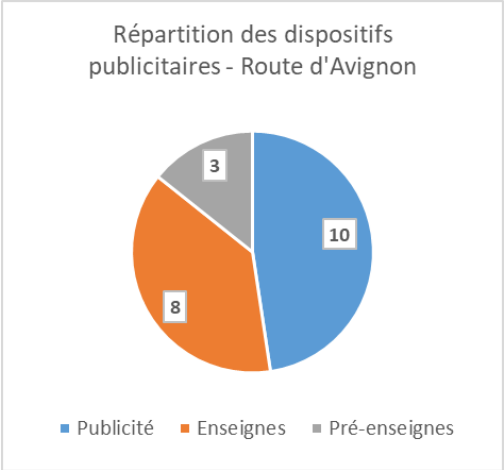
Non respect de la limitation de surface des enseignes (maximum 15% de la façade commerciale)

Enseigne qui dépasse les limites du mur sur lequel elle est apposée

- *Secteur de la route d'Avignon*

Le secteur de la route d'Avignon compte 21 dispositifs publicitaires parmi 18 lieux distincts.

Sur les 21 dispositifs recensés, 57% sont conformes à la règlementation. La plupart des non-conformités concernent les publicités (plus de 75%).



Publicités conformes	3	30%
Publicités non conformes	7	70%
Enseignes conformes	8	100%
Enseignes non conformes	0	0%
Pré-enseignes conformes	1	33%
Pré-enseignes non conformes	2	67%

La cartographie suivante (Cf. Carte 8) localise les dispositifs publicitaires présents sur la route d'Avignon et identifie leur conformité selon le type de dispositifs.

Carte 8 : Localisation de la publicité dans le secteur de la route d'Avignon

Le secteur est concerné par trois principales non-conformités :

- Distance entre deux dispositifs non respectée (50 m entre deux dispositifs par unité selon le RLP)

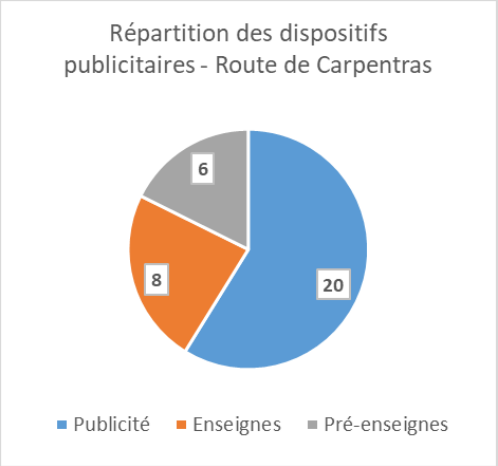
x

- Publicité présente sur des arbres

- *Secteur de la route de Carpentras*

Le secteur de la route de Carpentras compte environ 34 lieux avec des dispositifs publicitaires.

Sur les dispositifs recensés, 71% sont non conformes à la règlementation. 80% des publicités sont non conformes ainsi que 83% des pré-enseignes.



Publicités conformes	4	20%
Publicités non conformes	16	80%
Enseignes conformes	5	63%
Enseignes non conformes	3	38%
Pré-enseignes conformes	1	17%
Pré-enseignes non conformes	5	83%

La cartographie suivante (Cf. Carte 9) localise les dispositifs publicitaires présents sur la route de Carpentras et identifie leur conformité selon le type de dispositifs.

Carte 9 : Localisation de la publicité dans le secteur de la route de Carpentras

Le secteur est concerné par trois principales non-conformités :

- Publicité présente sur des équipements de circulation

- Non-respect de la règlementation en vigueur (Règlement Local et National)

Non-respect de la limitation de 15% de surface des enseignes (photo de gauche)

Face arrière des panneaux non habillée (photo de droite)

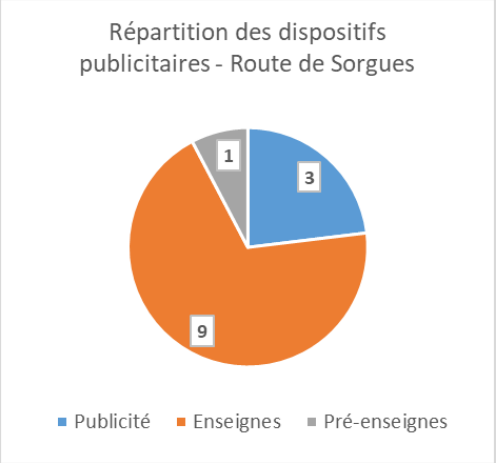
Nombre de dispositifs par unité foncière trop élevé (photo de gauche)

Distance de 50 m entre les différents dispositifs non respectée (photo de droite)

- *Secteur de la route de Sorgues*

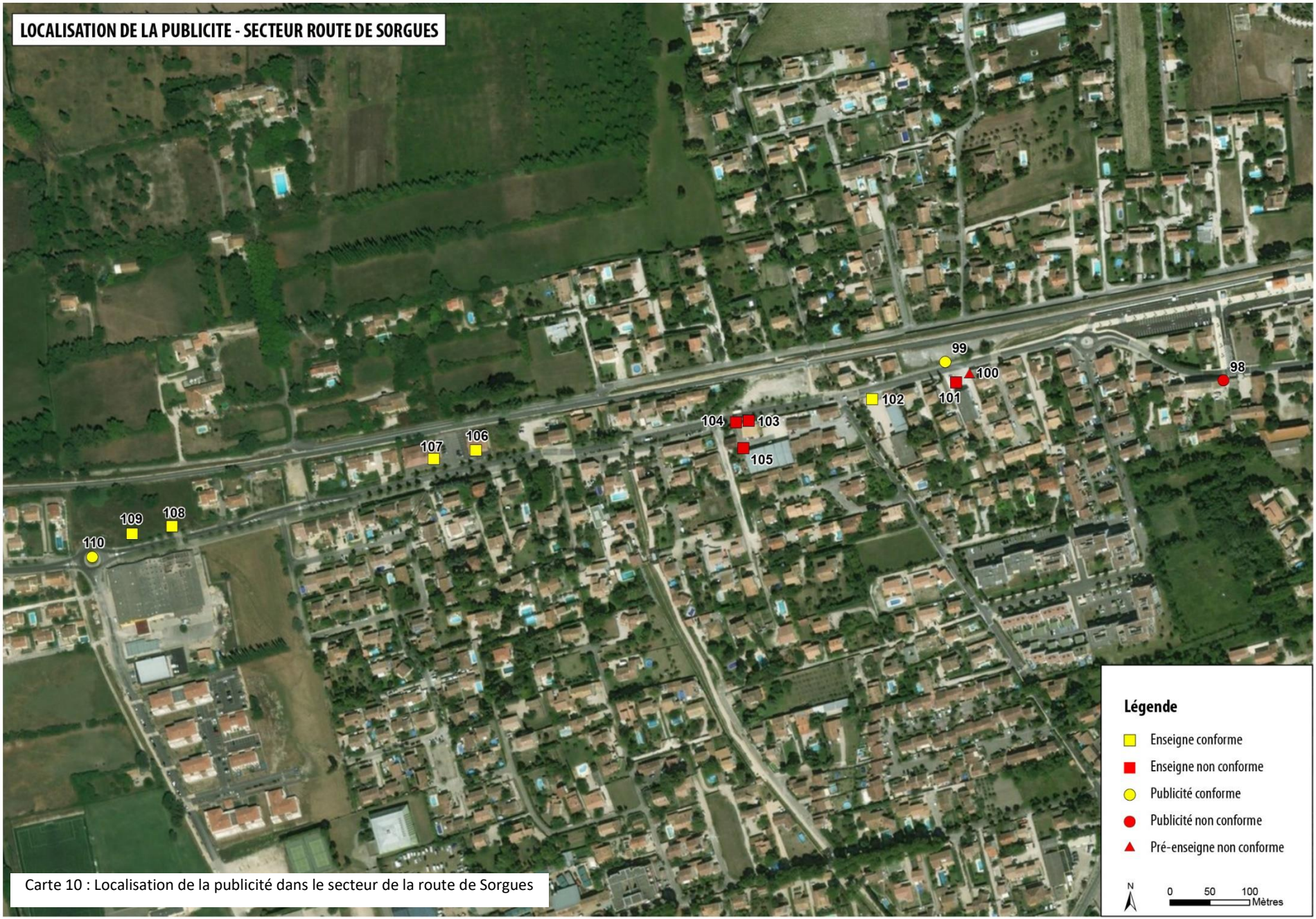
Le secteur de la route de Sorgues compte environ 13 lieux avec des dispositifs publicitaires.

Sur les dispositifs recensés, un peu plus de la moitié sont conformes à la règlementation. On retrouve dans ce secteur essentiellement des enseignes. La multiplication des dispositifs est le problème principal de ce secteur.



Publicités conformes	2	67%
Publicités non conformes	1	33%
Enseignes conformes	5	56%
Enseignes non conformes	4	44%
Pré-enseignes conformes	0	0%
Pré-enseignes non conformes	1	100%

La cartographie suivante (Cf. Carte 10) localise les dispositifs publicitaires présents sur la route de Sorgues et identifie leur conformité selon le type de dispositifs.



Carte 10 : Localisation de la publicité dans le secteur de la route de Sorgues

Le secteur est concerné par trois principales non-conformités :

- Présence de publicité dans une zone restreinte (ZPR 4 du règlement local)

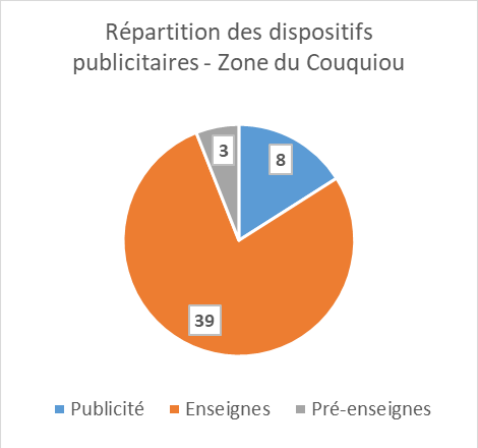
- Non-respect de la limitation de surface des enseignes

- Distance de 50 m entre les différents dispositifs non respectée (règlement local)

- *Secteur de la zone d'activité du Couquiou*

Le secteur de la zone du Couquiou compte environ 50 dispositifs publicitaires parmi 45 lieux distincts.

Sur les dispositifs recensés, 78% sont des enseignes de bâtiments économiques. 88% des dispositifs sont jugés conformes par rapport à la règlementation nationale. Seulement une publicité et cinq enseignes sont non conformes à la règlementation. Les non-conformités relèvent surtout d'une multiplication des dispositifs d'enseigne sur les façades commerciales (non-respect des 15% de surface autorisés).

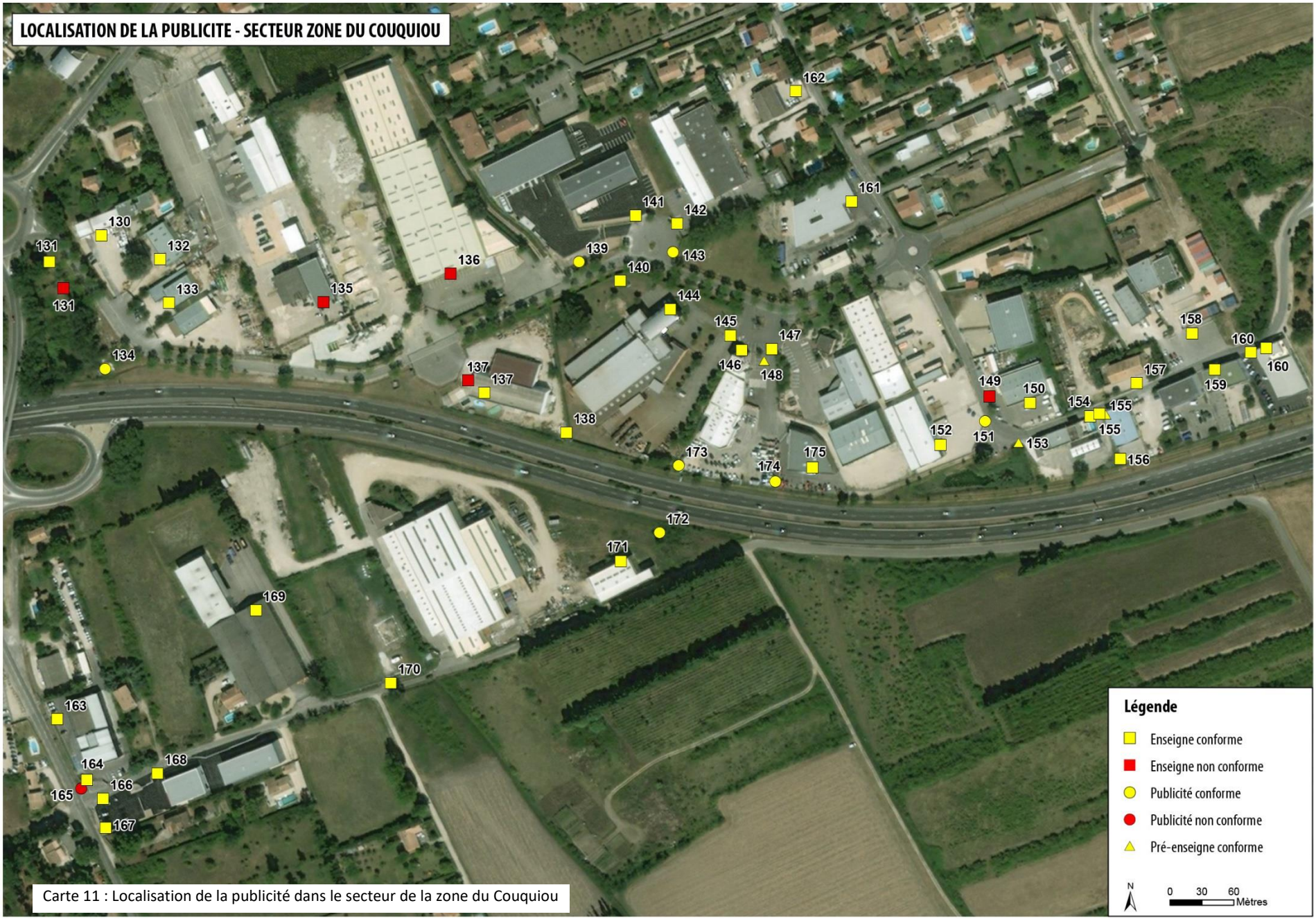


Il faut également noter qu'un dispositif jugé non conforme pose question. En effet, son côté plutôt esthétique s'oppose au respect stricte de la règlementation qui voit la surface de 15% d'enseigne dépassée si on prend en compte toutes les images ou formes de la façade (rappel de la définition d'une enseigne : Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble).

Ce genre d'exemples accentue la nécessite d'effectuer pour les entreprises une déclaration d'autorisation. En effet, outre le respect strict de la règlementation, la commune doit pouvoir aussi se prononcer et mettre en avant l'esthétisme d'une enseigne par rapport au règlement local.

Publicités conformes	7	87,5%
Publicités non conformes	1	12,5%
Enseignes conformes	34	87%
Enseignes non conformes	5	13%
Pré-enseignes conformes	3	100%
Pré-enseignes non conformes	0	0%

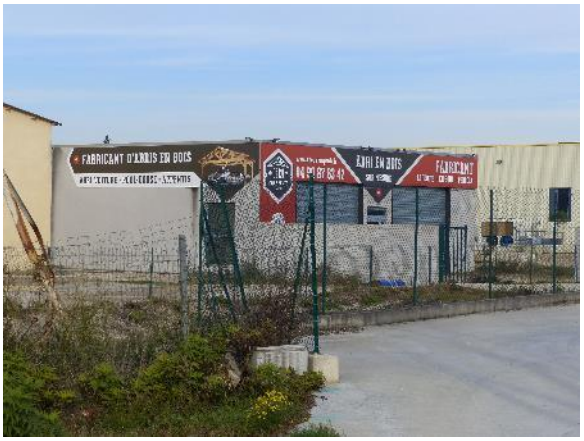
La cartographie suivante (Cf. Carte 11) localise les dispositifs publicitaires présents sur la zone du Couquiou et identifie leur conformité selon le type de dispositifs.



Carte 11 : Localisation de la publicité dans le secteur de la zone du Couquiou

Le secteur est concerné par deux principales non-conformités :

• Non-respect de la limitation de surface des enseignes (15% ou 6 m² pour les enseignes scellées au sol)

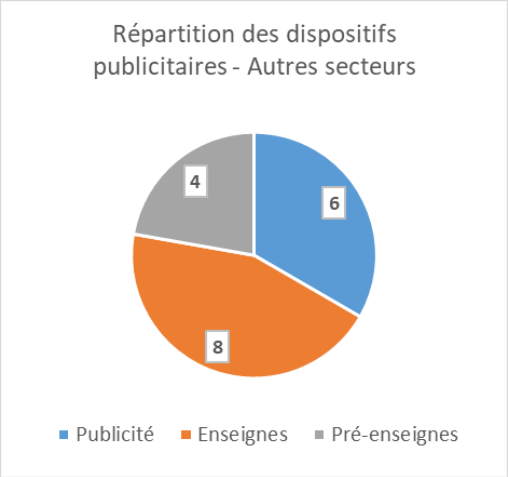


• Publicité sur des équipements de circulation

- *Autres secteurs de publicité*

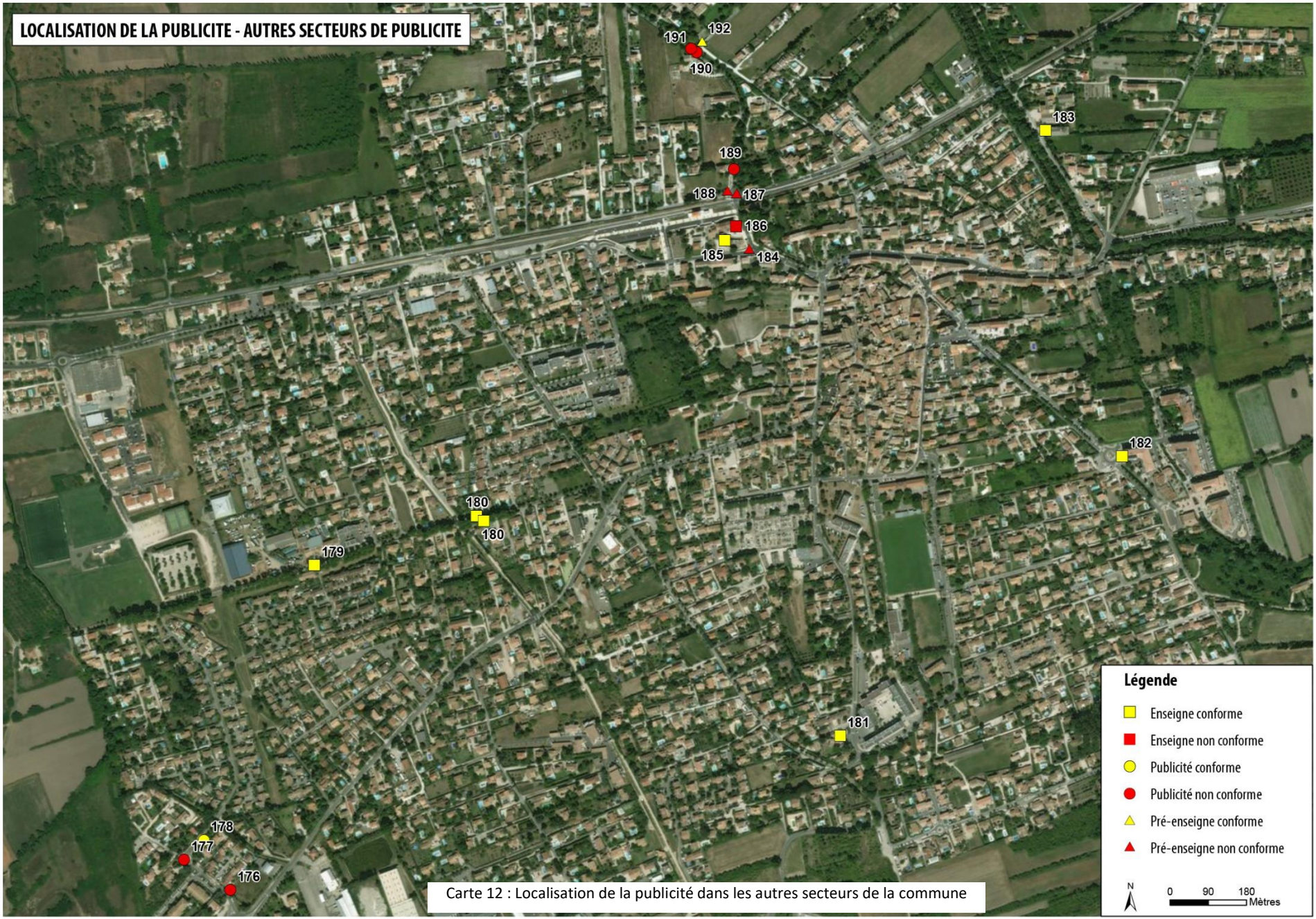
18 dispositifs supplémentaires ont été repérés dans des endroits éparpillés de la commune.

Sur les dispositifs recensés, c'est une égalité entre les conformités et non conformités. En revanche, il est clair que les non-conformités sont plus à l'actif des publicités et des pré-enseignes : 83% de non-conformité pour les publicités (5 sur 6) et 75% pour les pré-enseignes (3 sur 4) alors qu'une seule enseigne parmi les 7 recensées n'est pas conforme.



Publicités conformes	1	17%
Publicités non conformes	5	83%
Enseignes conformes	7	87,5%
Enseignes non conformes	1	12,5%
Pré-enseignes conformes	1	25%
Pré-enseignes non conformes	3	75%

La cartographie suivante (Cf. Carte 12) localise les dispositifs publicitaires présents sur le reste de la commune et identifie leur conformité selon le type de dispositifs.



Carte 12 : Localisation de la publicité dans les autres secteurs de la commune

Parmi les non-conformités recensées, on retrouve :

- Publicité sur des équipements de circulation

- Publicité obsolète ou endommagée

aveug

La zone d'activité du Plan

La zone du Plan a été étudiée à part. Il s'agit d'une zone d'activité récente construite au sud de la commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue. Cette zone, en discontinuité du tissu bâti, a été créée dans le cadre d'une Zone d'Aménagement Concertée (ZAC), et possède actuellement un encadrement de la publicité. Elle accueille de nombreuses entreprises principalement liées à des activités logistiques.

On ne constate quasiment aucune infraction dans cette zone et les conditions d'implantation des enseignes sont plutôt qualitatives. Les enseignes sont souvent simples, sobres et restent limitées à un seul dispositif par façade commerciale. On retrouve également en entrée des sites économiques un totem résumant le nom des entreprises et les principales informations.

Cependant, la ZAC va être prochainement supprimée car tous les équipements communs ont été réalisés.

Par ailleurs, le PLU d'Entraigues prévoit le développement de l'urbanisation entre la zone du Couquiou et la zone du Plan : il s'agit d'une zone AU à vocation mixte économie et équipements, avec notamment la construction prévue d'un centre pénitentiaire.

À moyen termes, on peut donc considérer que la zone du Plan ne sera plus en discontinuité de la zone agglomérée.

ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Au regard du diagnostic précédemment présenté, plusieurs conclusions peuvent être tirées sur la situation de la commune, le bilan du Règlement Local de Publicité de 1999 et les évolutions à opérer sur le nouveau règlement.

Plus de 20 ans depuis le précédent règlement local de publicité, il est évident que la situation communale a évolué. Le contexte règlementaire et les tendances publicitaires ont évolué, plusieurs quartiers et zones économiques se sont développés et le règlement précédent n'a pas particulièrement convaincu.

Fort de ce constat, la commune a choisi d'engager la révision générale de son Règlement Local de Publicité. Plusieurs orientations et objectifs sont poursuivis pour ce nouveau règlement :

1. Prendre en compte le nouveau cadre juridique et règlementaire

Depuis la loi ENE et le décret de 2012, le contexte règlementaire de la publicité s'est durci par rapport au RLP de 1999. Hormis les zones d'interdiction, la plupart des règles du RLP de 1999 sont devenues trop peu contraignante par rapport à la règlementation nationale.

Or il est important de rappeler qu'un Règlement local ne peut être que plus restrictif que la règle nationale.

Le nouveau règlement doit donc prendre en compte l'évolution de la règlementation et s'adapter en proposant des prescriptions plus restrictives.

2. Mettre en cohérence le RLP avec les objectifs du plan local d'urbanisme en vigueur

3. Modifier les limites de l'agglomération d'Entraigues-sur-la-Sorgue

En lien avec le développement urbain et économique de la commune, les limites d'agglomération affichées dans le règlement local de 1999 ne sont plus pertinentes. Le nouveau règlement doit prendre en compte :

- L'évolution de l'urbanisation à l'ouest et à l'est de la commune ;
- Le développement économique de la zone du Couquiou ;
- Les évolutions de la notion d'agglomération dans la nouvelle règlementation.

4. Réglementer la publicité afin de concilier vitalité économique du territoire et qualité des paysages et cadre de vie

Le diagnostic a permis d'identifier les secteurs à enjeux dans lesquels les dispositifs publicitaires seront :

- Autorisés sous conditions : zones d'activité du Couquiou et zone du Plan, et principales voies d'accès au centre-ville.
- interdits : centre-ville, entrées de ville et reste de la zone agglomérée.

5. *Redéfinir les enjeux sectoriels*

Le diagnostic a permis d'identifier les secteurs à enjeux de la commune avec une forte présence de dispositifs et donc de redéfinir les Zones de Publicité Restreinte de la commune (ZPR).

Les ZPR1, ZPR2, ZPR3 et ZPR4 du règlement de 1999 sont maintenues dans le nouveau règlement. Elles font l'objet d'une délimitation affinée prenant en compte les évolutions de l'urbanisation et simplifiant leur localisation.

Les ZPR5a et ZPR5b sont en revanche supprimées car au vu du diagnostic, les enjeux de ces zones sont limités.

Deux nouvelles zones restreintes sont créées :

- pour la zone du Couquiou ;
- pour la zone du Plan et sa future extension vers la zone du Couquiou (*voir justification chapitre suivant*).

6. *Clarifier et simplifier le règlement*

L'ancien règlement était plutôt concis et peu explicite. Certains cas de figure restaient sans éléments de réponse et tout semblait interdit. La compréhension et l'application du règlement n'en était pas facilitée.

L'objectif du nouveau règlement est d'opter pour une rédaction simple, illustrée au besoin, en explicitant concrètement les autorisations et interdictions dans les différentes zones. Une simplification de certaines règles par rapport à la règlementation nationale est aussi recherchée pour faciliter l'application du règlement et les contrôles (par exemple, remplacement de la règle des 15% de surface de la façade commerciale autorisée pour les enseignes par un nombre de dispositifs autorisé).

7. *Différencier les dispositions règlementaires en fonction des secteurs de la commune*

Suite à l'état des lieux précis réalisé sur chaque secteur à enjeux de la commune, le règlement peut être adapté en fonction des objectifs recherchés et des infractions relevées. Par exemple, un assouplissement des règles est recherché dans les zones à vocation économique alors qu'un durcissement, voire certaines interdictions sont opérées dans des secteurs cruciaux de la commune (Centre-ville, rond-point d'entrée de ville, zones pavillonnaires etc…).

8. *Améliorer la qualité et encourager l'harmonisation des enseignes*

Le diagnostic a permis de relever les infractions au niveau de la règlementation locale ou nationale. Il a aussi permis de relever certains bons exemples d'enseignes dans la commune. Couleur sobre, lettres découpées, emprise et dispositifs limitées, les bons exemples ne manquent pas. La commune, en collaboration avec le CAUE84 (Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement de Vaucluse), souhaitent mieux encadrer la règlementation des enseignes afin d'améliorer la qualité et encourager une certaine harmonisation.

9. *Améliorer et harmoniser la qualité des entrées de ville*

Le diagnostic a révélé que la qualité des entrées de ville était dégradée par la présence des panneaux publicitaires de grande taille (4m x 3 m).

La révision du RLP a été l'occasion de travailler avec les services de l'état et de revenir sur les conditions d'autorisation de ces dispositifs :

- Ils seront limités à 4m^2, hors encadrement, en ZPR2 (zone orange) et ZPR3 (zone verte), et les nouveaux dispositifs scellés au sol devront respecter une distance d'au-moins 200 mètres avec les dispositifs déjà implantés.
- Ils seront interdits en ZPR1 (zone rouge), en ZPR4 (zone bleue) et en ZPR5 (zone violette).

10. *Améliorer le contrôle des dispositifs publicitaires sur le territoire communal*

Dans une commune couverte par un RLP, la compétence en matière de police de la publicité est confiée au maire selon l'article L. 581-14-2. Le pouvoir de police du maire s'applique sur tout le territoire de sa commune, quel que soit le contenu de son RLP, et donc, le cas échéant, y compris sur les secteurs non pris en compte dans un éventuel zonage du RLP.

Selon l'état des lieux réalisé sur la commune, nous avons pu constater qu'une grande partie des infractions relèvent d'interdictions notables où la règlementation nationale ou locale n'aura aucun effet. Publicité sur du mobilier urbain, sur un arbre, sur des poteaux électriques, publicités ou enseignes délabrées, obsolètes dû à la fermeture d'un magasin, ces infractions se comptent par dizaine sur la commune.

La révision du Règlement Local de Publicité est l'occasion pour les acteurs économiques de prendre conscience de leur devoir afin de préserver l'environnement des habitants de la commune.

JUSTIFICATIONS DES CHOIX

1. NOUVELLES DELIMITATIONS DES LIMITES D'AGGLOMERATION

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération. Le choix des limites d'agglomération est donc capital dans le Règlement Local de Publicité. Elles sont fixées par arrêté du Maire dans le cadre de l'élaboration ou de la révision d'un RLP.

Plusieurs articles du code de l'environnement et du code de la route permettent de définir et fixer les notions d'agglomération. Deux sens sont importants pour la règlementation de la publicité :

- Le sens géographique
- Le sens démographique.

Le sens démographique de la notion d'agglomération permet de déterminer les types de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération. En effet, les scellés au sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. La ville d'Entraigues possède moins de 10 000 habitants mais fait partie de l'unité urbaine d'Avignon qui compte plus de 100 000 habitants. Les scellés au sol sont donc autorisés dans la commune.

Le sens géographique est celui qui détermine où la publicité est autorisée et interdite. L'article R.110-2 du code de la route définit l'agglomération comme « un 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 le borde. »

La réalité physique de l'agglomération prévaut en général sur les panneaux d'agglomération qui ne sont souvent pas déplacés lorsque la commune s'étend au-delà. La continuité du bâti est donc le point principal des limites d'agglomération.

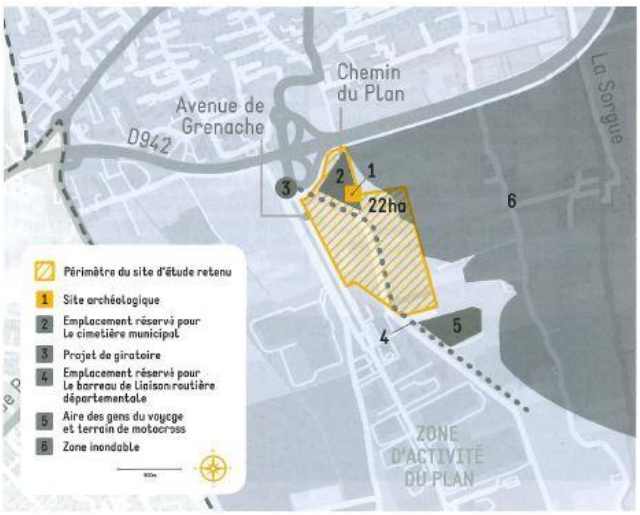
C'est à partir de ce constat que les limites d'agglomération du RLP d'Entraigues ont été définies, en essayant de suivre au maximum la continuité du bâti.

Par rapport aux limites du RLP de 1999, plusieurs espaces ont été sortis des limites d'agglomération car ils sont classés en zone naturelle ou agricole au PLU approuvé en 2017. Une logique entre les deux documents a été recherchée.

La commune a également choisi de pousser les limites d'agglomération à l'est jusqu'à la RD942 même si la continuité du bâti est moins évidente et que les panneaux d'agglomération sont déjà dépassés. Ce choix a été fait pour pouvoir intégrer à la règlementation une entreprise, nommée Brisach, qui se situe en limite de commune et qui dispose de dispositifs publicitaires.

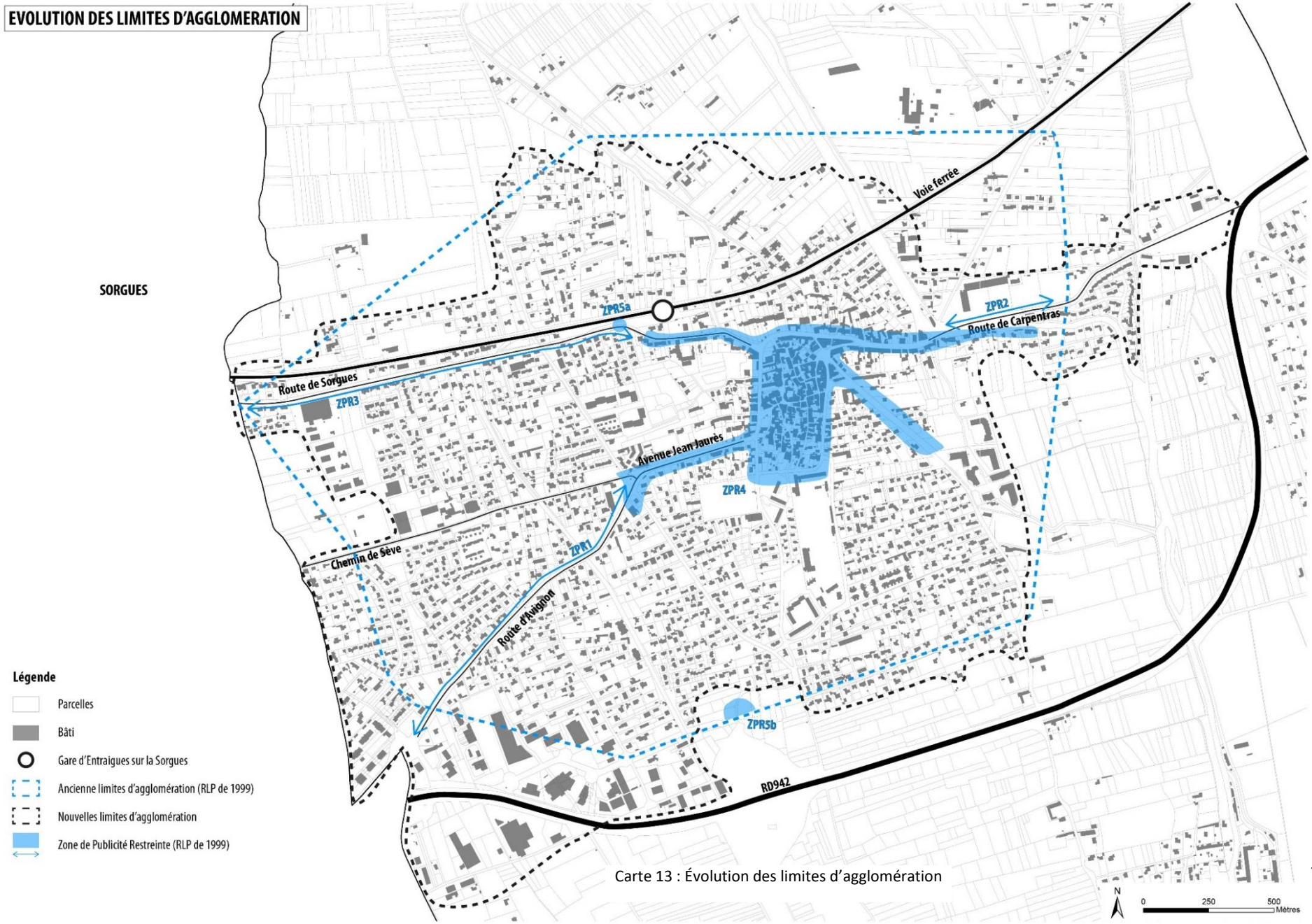
Le choix a aussi été fait de pousser les limites de l'autre côté de la RD942 au sud-ouest afin de règlementer l'ensemble de la zone du Couquiou.

Enfin, le choix a aussi été fait de créer une « poche d'agglomération » autour de la zone du Plan et de sa future extension.



En discontinuité de la zone agglomérée d'Entraigues, la zone du Plan reste un pôle économique important de la commune, vouée à s'étendre dans les prochaines années. Le projet d'établissement pénitentiaire ainsi que le projet d'extension de la zone du Plan, situé entre la RD942 et la zone du Plan (plan de gauche), devrait participer à la création d'une continuité entre la zone actuelle du Plan et la zone agglomérée d'Entraigues.

La commune a donc souhaité intégrer cette zone aux limites d'agglomération et créer une zone de publicité restreinte. L'objectif recherché est d'interdire toute publicité et pré-enseignes comme si cette zone était située « hors agglomération » afin d'éviter des débordements publicitaires sur une zone actuellement préservée. En revanche, comme pour la zone du Couquiou, la commune souhaite adoucir la règlementation par rapport aux enseignes afin de favoriser leur visibilité.



Carte 13 : Évolution des limites d'agglomération

Carte 14 : Intégration de la zone du Plan aux limites d'agglomération

2. STRUCTURE DU REGLEMENT

Comme évoqué dans le diagnostic, le règlement d'Entraigues-sur-la-Sorgue élaboré en 1999 manquait de lisibilité et de clarté. La structure du règlement a donc été revue afin de simplifier et clarifier la lecture pour les entreprises.

Trois grandes parties ressortent de la nouvelle structure :

- Les dispositions générales
- La définition des zones de publicité restreinte
- Les dispositions applicables à chaque zone règlementée.

- *Dispositions générales*

Les dispositions générales sont composées de 12 articles qui développent les préalables indispensables à la bonne compréhension du règlement.

Y sont exposés et détaillés :

- Le champ d'application du règlement, à savoir l'ensemble de la commune ;
- Les formalités préalables pour l'installation d'un dispositif (autorité en matière de police de publicité, régime des autorisations ou déclarations, dispositions générales relatives à la publicité) ;
- Les dispositifs publicitaires particuliers (bâches, enseigne temporaire, pré-enseigne dérogatoire et mobilier urbain) ;
- Les définitions règlementaires des publicités, enseignes et pré-enseignes ainsi que toutes les définitions utiles à la compréhension du règlement.

- *La définition des zones de publicité restreinte*

Cette partie expose les 7 zones de publicité réglementées dans le RLP d'Entraigues-sur-la-Sorgue à savoir 5 zones de publicité restreintes, la zone hors agglomération et la zone en agglomération.

Un plan de zonage permet d'identifier les différentes zones sur la commune.

- *Les dispositions applicables à chaque zone règlementée*

Pour les 7 zones règlementées, les dispositions applicables suivent une organisation commune afin de simplifier la lecture et trouver rapidement les informations souhaitées selon les types de publicité et les types de dispositifs :

- Caractère de la zone ;
- Dispositions applicables à la publicité :
    - Dispositifs muraux ou sur clôture

- Dispositifs scellés ou installés directement au sol
- Densité des dispositifs scellés ou installés directement au sol
- Dispositifs sur toiture
- Dispositifs lumineux
- Les pré-enseignes

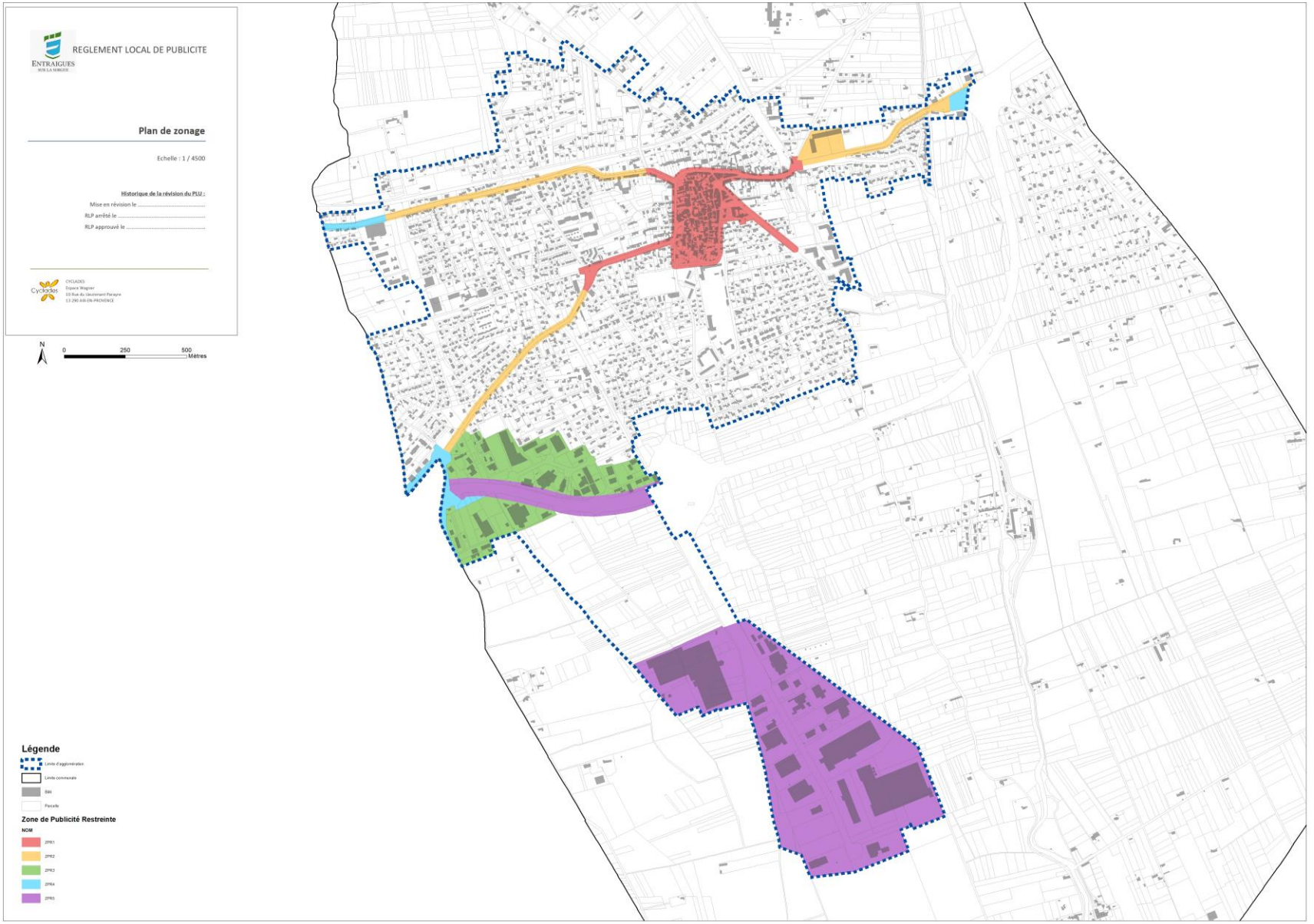
NB : conformément aux préconisations des services de l'État, les pré-enseignes sont traitées comme des dispositifs publicitaires. Elles sont donc autorisées, et réglementées, dans les ZPR où la publicité est autorisée, mais interdites dans les ZPR dans lesquelles une interdiction générale de la publicité a été édictée.

- Dispositions applicables aux enseignes :
  - Qualité
  - Nombre et typologie
  - Positionnement
  - Enseignes murales
  - Enseignes sur clôture
  - Enseignes sur lambrequins ou store-banne
  - Enseignes scellées au sol
  - Chevalets, porte-menu et enseignes mobiles
  - Enseignes sur toiture
  - Enseignes lumineuses
  - Éclairage

3. DELIMITATIONS DES ZONES DU NOUVEAU REGLEMENT

Le zonage définit 7 zones règlementées sur l'ensemble de la commune :

- Une ZPR1 (Zone de Publicité Restreinte), représentée en rouge sur le zonage, qui correspond au centre-ville d'Entraigues-sur-la-Sorgue et ses principales voies d'accès ;
- Une ZPR2, représentée en orange sur le plan, qui correspond aux principales voies d'entrée de la commune : la route de Sorgues, la route d'Avignon et la route de Carpentras. D'une manière générale, la délimitation de cette zone prend en compte une distance d'environ 15 m par rapport à l'axe de ces voiries. La règlementation est quand même effective pour toute publicité visible depuis ces voies même si elle n'est pas comprise dans le périmètre orange du plan de zonage ;
- Une ZPR3, en vert sur le plan, qui correspond à la zone d'activité du Couquiou ;
- Une ZPR4, en bleu clair, qui correspond aux entrées de ville de la RD38, de la RD942 Est et Ouest, ainsi que le long de la RD53 avant le franchissement de la RD 942;
- Une ZPR5, en violet sur le plan, qui correspond à la zone d'activité du Plan ;
- Une zone en agglomération située à l'intérieur des limites d'agglomérations définis par des tiretés bleus au plan de zonage ;
- Une zone hors agglomération correspondant à l'ensemble de la commune située à l'extérieur des limites d'agglomérations définis par des tirets bleus au plan de zonage.



Carte 15 - Plan de zonage réglementaire du RLP

4. CHOIX REGLEMENTAIRES PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS DU RLP

Les choix règlementaires des différentes zones du règlement local ont été définis conformément aux objectifs relevés. La règlementation a aussi évoluée suite aux avis des personnes publiques et associées, parties prenantes du projet (notamment sur les dimensions des dispositifs publicitaires).

- *La Zone de Publicité Restreinte 1 (zone rouge) – Zone du Centre-ville*

Dispositifs publicitaires

L'objectif est de préserver au maximum ce secteur en limitant fortement la publicité. **Tous les dispositifs publicitaires sont donc interdits.**

Enseignes

Seules les enseignes sont autorisées mais plusieurs préconisations ont été définies afin d'encourager une harmonisation et homogénéité de ces dernières dans l'objectif d'améliorer la qualité esthétique du site pour les habitants et les touristes (utilisation de certains matériaux, couleurs, etc).

Ces préconisations ont été élaborées par la mairie en **collaboration avec le CAUE84** (Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement de Vaucluse).

Le nombre de dispositifs est aussi limité selon leur type afin de réduire l'impact visuel des enseignes sur l'environnement.

Dans l'objectif de clarifier le règlement et simplifier l'installation et le contrôle des dispositifs, la commune a souhaité en général limiter le nombre de dispositifs plutôt que la surface des dispositifs par rapport à la façade.

Certains types d'enseignes sont interdits :

- Les enseignes scellés au sol ;
- Les enseignes sur toiture ;
- Les enseignes lumineuses ;
- Les enseignes murales sur clôtures non aveugles et les enseignes posées directement sur le mur de clôture.

- *La Zone de Publicité Restreinte 2 (zone orange) – Voies principales d'Entraigues*

Dispositifs publicitaires

L'objectif dans ces secteurs est d'autoriser l'implantation de dispositifs publicitaires tout en limitant leur densité et emprise autour des voies.

En effet, la commune a conscience que ces voies sont les principaux secteurs d'intérêt pour les entreprises et les publicitaires compte tenu du trafic important sur ces axes routiers. La publicité est donc autorisée. Toutefois, plusieurs prescriptions sont introduites dans le règlement afin de réduire l'impact visuel des publicités sur le paysage :

- Interdiction des dispositifs posés directement sur la clôture tout comme les dispositifs posés sur une clôture non aveugle ;

- Surface des dispositifs publicitaires muraux ou sur clôture abaissée à 4 m², hors encadrement, au lieu de 12 m² ;
- Surface des dispositifs publicitaires scellés au sol abaissée à 4 m² au lieu de 12 m² ;
- Hauteur abaissée à 5m pour les dispositifs scellés au sol ;
- Les passerelles, échelles, jambes de force, gouttières à colle et autres dispositifs annexes fixes sont interdits ;
- Les dispositifs simple face doivent être équipés d'un bardage arrière ;
- Pas de flanc ouvert pour les dispositifs double-face ;
- Instauration d'une distance à respecter entre les dispositifs publicitaires afin d'en limiter le nombre sur toute la longueur des voies ;
- Interdiction des dispositifs lumineux et des dispositifs en toiture.

Pré-enseignes

Les pré-enseignes sont également autorisées, mais soumises à réglementation :

- Pré-enseignes collectives sous forme de totems ;
- Pré-enseignes individuelles, soumises à réglementation en termes de nombre, de taille, et de distance par rapport à l'activité.

Enseignes

Les enseignes sont également réglementées. Le nombre total de dispositifs est limité à :

- Une enseigne sur façade ou sur devanture par bâtiment,
- Une enseigne perpendiculaire (drapeau), uniquement pour les commerces de santé (pharmacies) et les bureaux de tabac -presse,
- Une enseigne murale verticale ou deux enseignes murales verticales dans le cas d'un encadrement de vitrine commerciale ;

Dans tous les cas, la surface totale de l'ensemble des dispositifs ne pourra pas dépasser 15% de la surface de la façade.

Les enseignes scellées au sol, les chevalets ou porte-menu, les enseignes sur toiture, les enseignes lumineuses (sauf pour les commerces de santé) sont interdites.

- *La Zone de Publicité Restreinte 3 (zone verte) – Zone du Couquiou*

La zone du Couquiou est une zone d'activité économique qui n'était pas règlementée dans l'ancien RLP d'Entraigues.

La commune a souhaité rajouter cette zone dans le règlement afin d'encourager une harmonisation des dispositifs. Toutefois, la commune a bien conscience de la vocation économique de cette zone et a donc globalement instauré moins de restrictions sur cette zone.

Dispositifs publicitaires

- Surface des dispositifs publicitaires muraux ou sur clôture abaissée à 4 m², hors encadrement, au lieu de 12 m²;
- Hauteur « standard » de 6 mètres pour les dispositifs publicitaires scellés au sol.

Pré-enseignes

Les pré-enseignes sont également autorisées, mais soumises à réglementation :

- Pré-enseignes collectives sous forme de totems ;
- Pré-enseignes individuelles, soumises à réglementation en termes de nombre, de taille, et de distance par rapport à l'activité.

Enseignes

- Pas de règlementation pour la qualité des enseignes ;
- Pas de limitation du nombre de dispositifs sur cette zone. Cependant la surface des dispositifs ne pourra pas dépasser 15% de la surface de chaque façade ;
- Enseignes murales sur clôture non aveugle autorisées (Lors du diagnostic, le constat a été fait que de nombreuses enseignes étaient présentes sur les portails à l'entrée des sites) ;
- 5 dispositifs de moins d'1 m² scellés au sol autorisés (type drapeaux).
- 1 dispositif par unité foncière d'une dimension maximale de 6m^2.

Sont interdits :

- Les dispositifs lumineux et sur toiture ;
- les enseignes posées directement au-dessus de la clôture ;
- les enseignes perpendiculaires (hormis pour les commerces de santé et les bureaux tabac-presse) ;
- les enseignes sur lambrequins ou store-banne ;
- les chevalets et porte-menu (inadaptées sur cette zone).

Par ailleurs, en raison de leur sensibilité visuelle, les espaces bordés par la RD 942 ont été classés en zone ZPR5, où la publicité est interdite (*cf. infra*).

- *La Zone de Publicité Restreinte 4 (zone bleu clair) – Zone des entrées de ville*

La ZPR4 correspond aux entrées de ville Ouest et Est de l'agglomération d'Entraigues-sur-la-Sorgue (route de Sorgues, route d'Avignon et route de Carpentras). L'objectif de cette zone est de limiter fortement tout dispositif pour préserver ces espaces qui sont porteurs d'image de la commune.

Dispositifs publicitaires

L'objectif est de préserver au maximum ce secteur en limitant fortement la publicité. **Tous les dispositifs publicitaires sont donc interdits.**

Enseignes

Seules les enseignes murales sont autorisées.

Le nombre total de dispositifs est limité à :

- Une enseigne sur devanture ou sur façade par bâtiment ;
- Une enseigne murale verticale ou deux enseignes murales verticales dans le cas d'un encadrement de vitrine commerciale.

Dans tous les cas, la surface totale de l'ensemble des dispositifs ne pourra pas dépasser 15% de la surface de la façade.
Les enseignes sur toiture, sur clôture, scellées au sol, les chevalets, les enseignes lumineuses, sont interdites.

- *La Zone de Publicité Restreinte 5 (zone violette) – Zone du Plan*

Comme pour la zone du Couquiou, la zone du Plan est une zone d'activité économique qui n'était pas règlementée dans l'ancien RLP d'Entraigues.

En revanche, la zone du Plan, située au sud d'Entraigues, est aujourd'hui en discontinuité de l'agglomération. En suivant la règlementation nationale, cette zone devrait être située en « zone hors agglomération ». Pour autant, la commune a souhaité en faire une poche d'agglomération et l'intégrer à une zone de publicité restreinte pour les raisons suivantes :

- L'importance économique de la zone du Plan pour la commune ;
- Les projets d'extension de la zone économique et le projet d'établissement pénitentiaire qui devraient participer petit à petit au rapprochement de la zone du Plan avec l'agglomération principale ;
- Une interdiction de la publicité et des pré-enseignes comme si elle était située « hors agglomération » ;
- Une volonté de favoriser la visibilité des entreprises en adoucissant la règlementation sur les enseignes.

Dispositifs publicitaires

Toute forme de publicité est interdite afin d'éviter des débordements publicitaires sur une zone actuellement préservée.

Enseignes

La règlementation de la zone du Plan est calquée sur l'autre zone économique du Couquiou pour les enseignes.

- *La Zone située en agglomération :*

Cette zone correspond aux espaces du territoire communal situés en agglomération, telle qu'elle a été délimitée par arrêté municipal. La limite d'agglomération est indiquée sur le plan de zonage.

Les principaux espaces situés dans ce secteur sont des zones pavillonnaires. L'objectif est de limiter au maximum la publicité.

Dispositifs publicitaires

Tout dispositif est interdit.

Enseignes

Seules les enseignes sont autorisées. Le nombre de dispositifs pour enseignes est limité à 3 par établissement.

Certains types d'enseignes sont interdits :

- Les enseignes scellés au sol ;
- Les enseignes sur toiture ;
- Les chevalets, porte-menu et enseignes mobiles ;
- Les enseignes lumineuses ;
- Les enseignes murales sur clôtures non aveugles et les enseignes posées directement sur le mur de clôture ;

- *La Zone située hors agglomération (zone blanche) :*

Cette zone correspond à tous les espaces de la commune situés hors agglomération. La limite d'agglomération est indiquée sur le plan de zonage. Ces espaces correspondent principalement aux espaces agricoles et naturelles de la commune. Plusieurs bâtiments sont présents dans cette zone mais de façon très éparse.

Dispositifs publicitaires

Tout dispositif est interdit. Il est rappelé, dans ce chapitre, la règlementation nationale par rapport aux pré-enseignes dérogatoires.

Enseignes

Les enseignes qui sont limités à 3 dispositifs par établissement.

Seuls les dispositifs muraux sont autorisés (enseigne sur façade, enseigne perpendiculaire ou enseigne verticale).

5. DEROGATION DE LA ZONE NATURA 2000

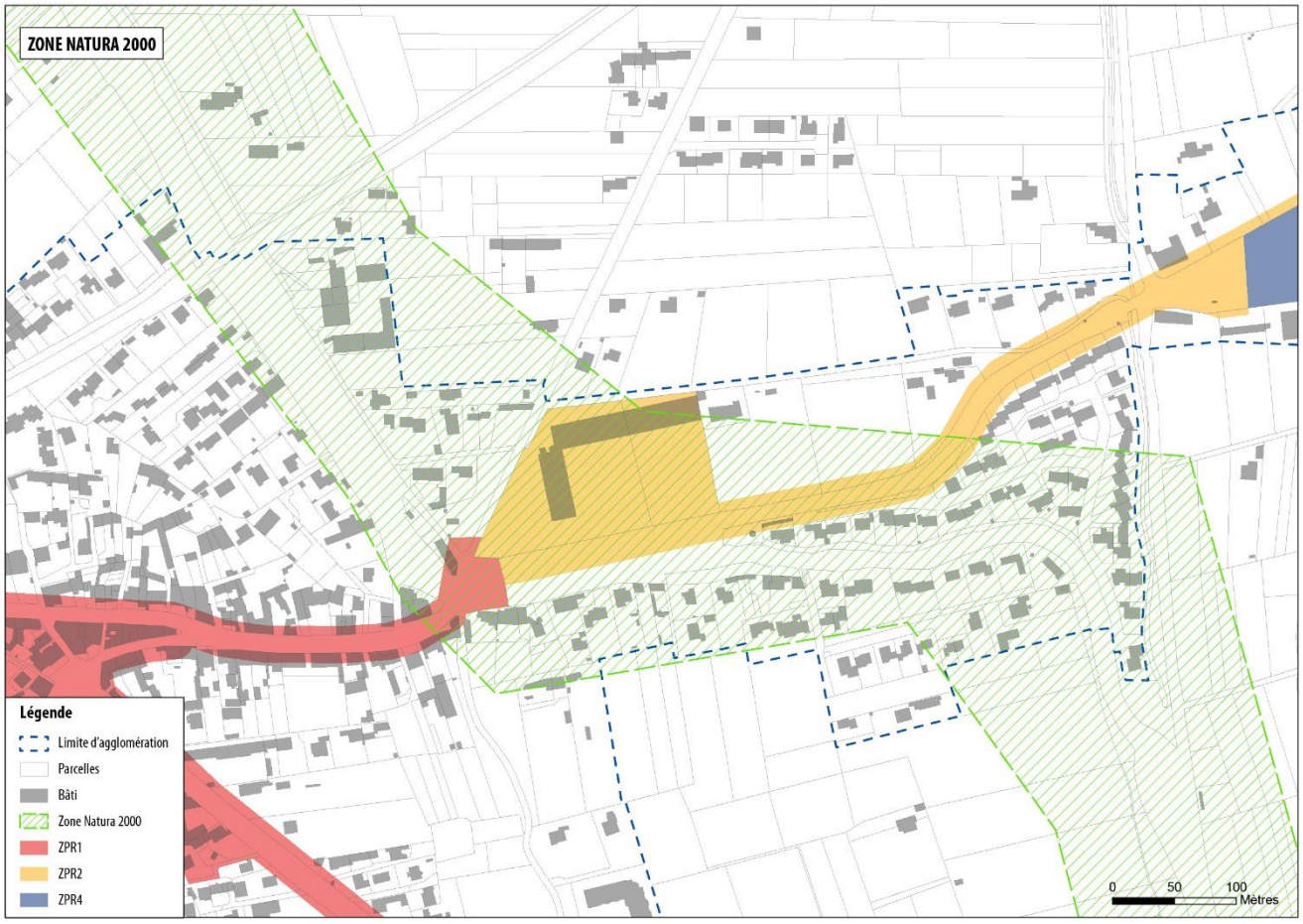
La commune d'Entraigues-sur-la-Sorgue est concernée par la Zone Spéciale de Conservation (ZSC) de la Sorgue et de l'Auzon désignée par arrêté ministériel du 28 novembre 2015.

Par principe, la publicité ainsi que les pré-enseignes sont interdits en agglomération dans les Zones Spéciales de Conservation (ZSC) et dans les Zones de Protections Spéciales (ZPS) instituées dans le cadre du réseau Natura 2000. Il peut toutefois être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité (L581-8 du code de l'environnement).

La ZSC de la Sorgue et de l'Auzon intersecte plusieurs zones de publicité restreintes définies dans le règlement d'Entraigue : ZPR1 (centre-ville) où les publicités sont interdites, et ZP2 (axes routiers d'entrée de ville), où les dispositifs publicitaires sont autorisés mais fortement limités (4m^2 au lieu de 12m^2 dans l'ancien RLP).

La commune a donc choisi de déroger à l'interdiction instaurée par la règlementation nationale, comme dans l'ancien RLP de 1999.

La particularité de cette zone Natura 2000 est de traverser des espaces urbains largement anthropisés. En effet, plusieurs publicités et entreprises sont déjà présentes dans l'emprise de cette zone et il est difficile d'envisager une interdiction totale sur un secteur urbanisé et favorable aux activités économiques (zone de Carrefour, route de Carpentras etc…). Les nouvelles dispositions réglementaires auront néanmoins pour effet d'améliorer la situation dans ses espaces sensibles.



Carte 16 : Délimitation de la zone Natura 2000 sur la Commune d'Entraigues