

RAPPORT DE PRÉSENTATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ



COMMUNE DE
ROQUEMAURE (30)



Table des matières

Introduction.....	3
1. Contexte géographique et administratif de la commune	4
1.1. Localisation de la commune de Roquemaure	4
1.2. Données communales chiffrées	5
1.3. Principaux axes de communication.....	6
1.4. Activités économiques et industrielles.....	6
1.5. Sites protégés, patrimoine humain, bâti et naturel	6
1.6. Contexte géographique	9
2. Historique de la démarche	11
2.1. Chronologie :	11
1- Diagnostic de la publicité extérieure.....	11
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.....	11
3. Diagnostic	12
3.1. Objet du diagnostic.....	12
3.2. Problèmes identifiés	12
3.3. Cartographie des secteurs à enjeux.....	19
3.4. Synthèse statistique – Bilan des dispositifs inventoriés.....	20
3.4.1 Dispositifs hors agglomération.....	20
3.4.2 Dispositifs en agglomération.....	22
4. Orientations.....	26
4.1. Améliorer l’attractivité du territoire et le bien-être des habitants en affirmant l’identité et l’image du territoire :	26
4.2. Renforcer l’attractivité et le dynamisme de l’activité commerciale :	26
4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes	26
5. Objectifs.....	27
5.1. Zonage : quatre niveaux de prescriptions	27
5.2. Objectifs pour les enseignes.....	27
Objectifs pour les enseignes du centre-ville	27
Objectifs pour les enseignes en zones d’activité.....	27
5.3. Objectifs publicité.....	27
5.4. Economies d’énergie	28
Conclusion	28

Introduction

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles traitent des dispositions applicables pour les enseignes, pré-enseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et pré-enseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petit format, publicités sur véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux.

Le règlement local de publicité (RLP) est un document couvrant l'ensemble du territoire de la commune, définissant une ou plusieurs zones dans lesquelles la publicité pourra être restreinte.

Ce document doit viser un double objectif, à savoir assurer la qualité du cadre de vie, tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre (y compris le droit à l'enseigne).

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L.123-13 et des dispositions transitoires de l'article L.123-19 du même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales. Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP 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.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.123-25 du Code de l'Urbanisme, le RLP est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune. (Article R.581-79 du Code de l'Environnement)

1. Contexte géographique et administratif de la commune

1.1. Localisation de la commune de Roquemaure

La commune de Roquemaure est située en rive droite du Rhône, dans le département du Gard et la région Languedoc-Roussillon, à environ 41 km au nord-est de Nîmes et 11 km au nord d'Avignon (dans le Vaucluse).

Elle fait partie de son propre canton.

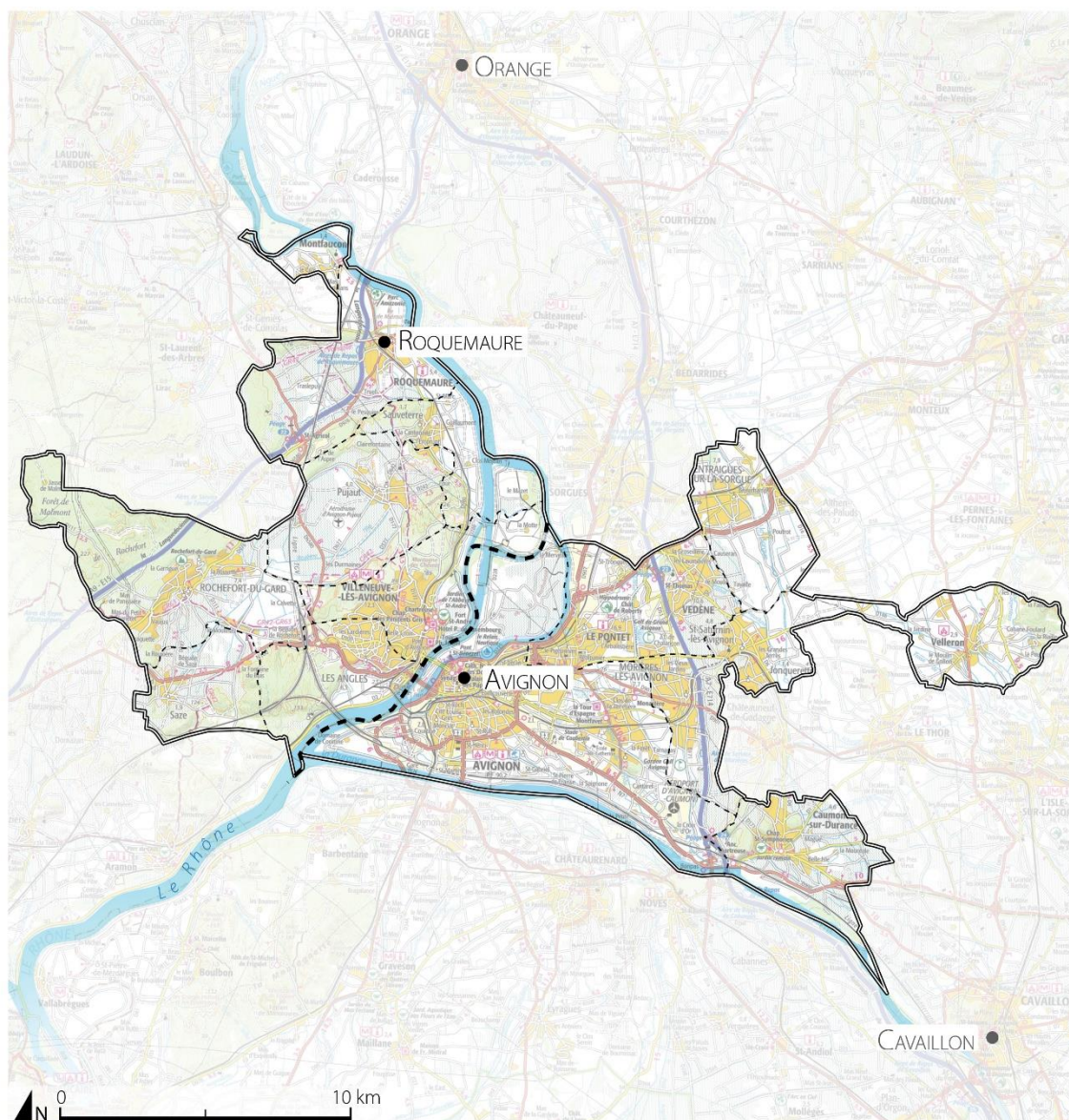
Elle fait partie de la communauté d'agglomération du Grand Avignon depuis le 1er janvier 2017 mais n'appartient pas à l'unité urbaine d'Avignon définie par l'INSEE (Date de référence : 01/01/2017)

Le territoire communal de Roquemaure est bordé :

- au Nord par les communes de Montfaucon et Saint Geniés de Comolas
- au Sud par les communes de Sauveterre et Pujaut ;
- à l'Ouest par les communes de Tavel, Lirac et Saint Laurent des arbres
- à l'Est, de l'autre côté du Rhône, par les communes vauclusiennes d'Orange et de Châteauneuf du Pape



Carte de localisation de la commune de Roquemaure au sein du département du Gard



— Limite de la communauté des communes du Grand Avignon - - Limite régionale/départementale ····· Limite communale

Carte de localisation de la commune de Roquemaure au sein de la communauté d'agglomération du Grand Avignon

1.2. Données communales chiffrées

Superficie communale : 26,22 km².

Population en 2013 : 5 458 habitants (INSEE). Population en 2006 : 5 163 habitants
La population de la Coga an 2013 était de 183 938 habitants (INSEE)

Densité de population en 2013 : 208,2 habitants par km².

1.3. Principaux axes de communication

La commune de Roquemaure est traversée par deux axes routiers importants dont un majeur : la RN580 et l'autoroute A9 (E15) qui traverse le Rhône pour rejoindre le nœud autoroutier d'Orange. L'échangeur le plus proche (sortie 22) se trouve sur le territoire communal, à hauteur de la zone d'activités de l'Aspre.

La commune est également traversée par la ligne TGV reliant Paris à Nîmes ou Avignon (juste avant la fourche séparant le réseau languedocien du provençal) comme par la ligne SNCF « classique » rive droite Lyon-Nîmes, actuellement réservée au fret (mais pour laquelle une ouverture de ligne pour les passagers est à l'étude)

1.4. Activités économiques et industrielles

Le territoire de la commune de Roquemaure comprend une zone industrielle (ZI de l'Aspre), une zone d'activités (zone artisanale de la Défraise) et de pôles commerciaux isolés plus ou moins regroupés (notamment à l'entrée sud de la commune, à hauteur de la route d'Avignon et de la zone commerciale de l'Hers).

Le centre du village dispose en outre de la plupart des commerces et services de proximité.

L'ensemble forme un cortège de 578 établissements actifs répartis de la sorte (source INSEE) :

- Industrie : 43 établissements
- Construction : 73 établissements
- Commerce, transport et services divers : 325 établissements (dont 93 commerces et réparation automobile)
- Administration publique, enseignement, santé et action sociale : 64 établissements
- Agriculture, sylviculture et pêche : 73 établissements

1.5. Sites protégés, patrimoine humain, bâti et naturel

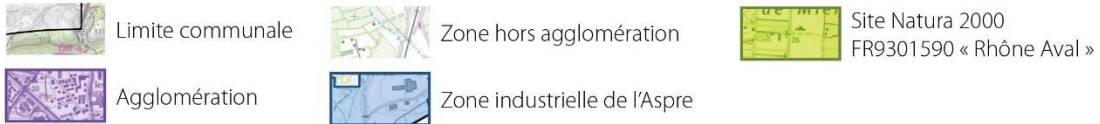
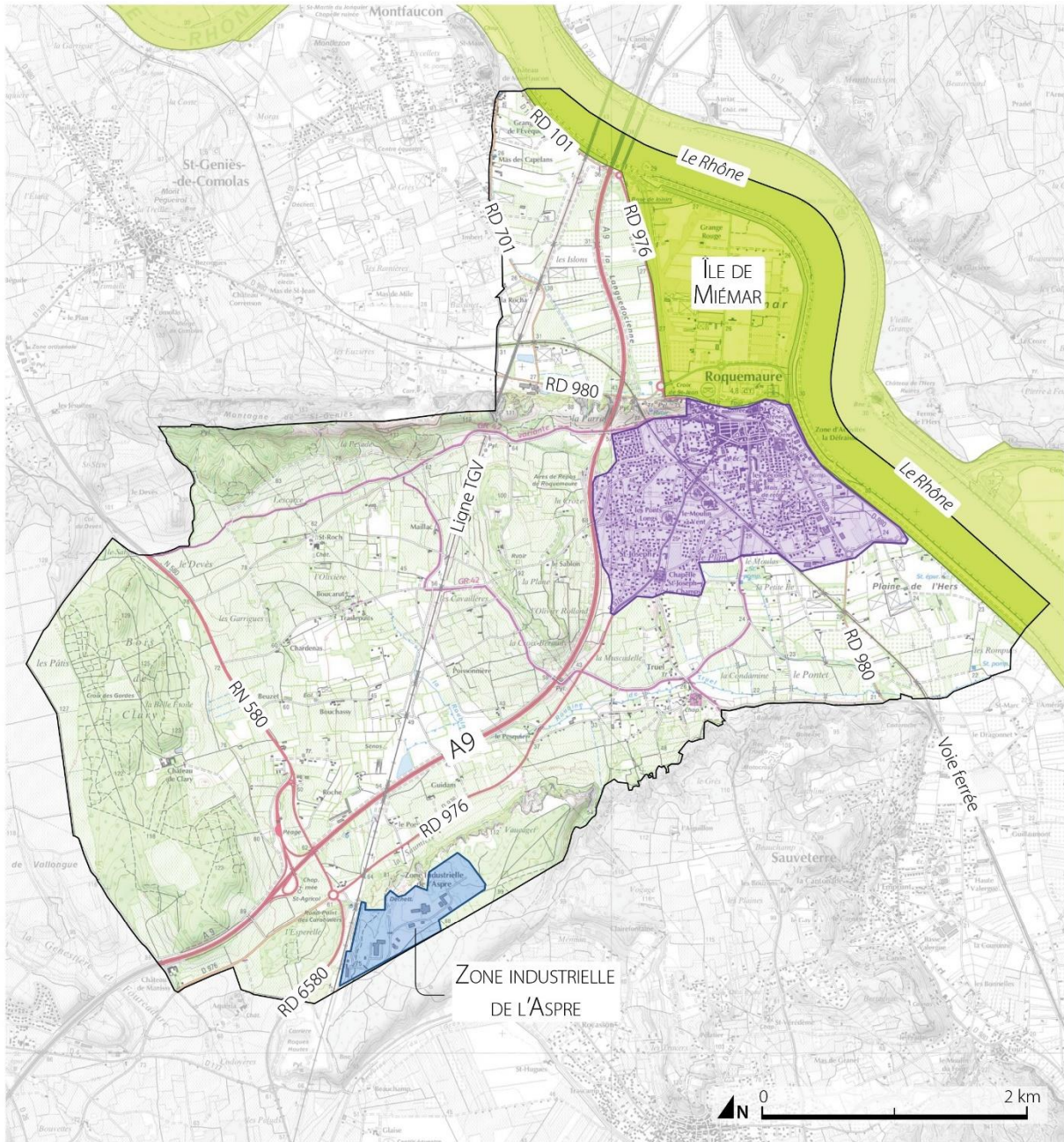
La commune de Roquemaure ne compte aucun site protégé au titre de la loi du 2 mai 1930 codifiée au code de l'environnement dans les articles L341-1 à L341-19 (sites inscrits et sites classés). Plusieurs édifices de la commune, situés principalement dans le centre ancien, sont inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques.

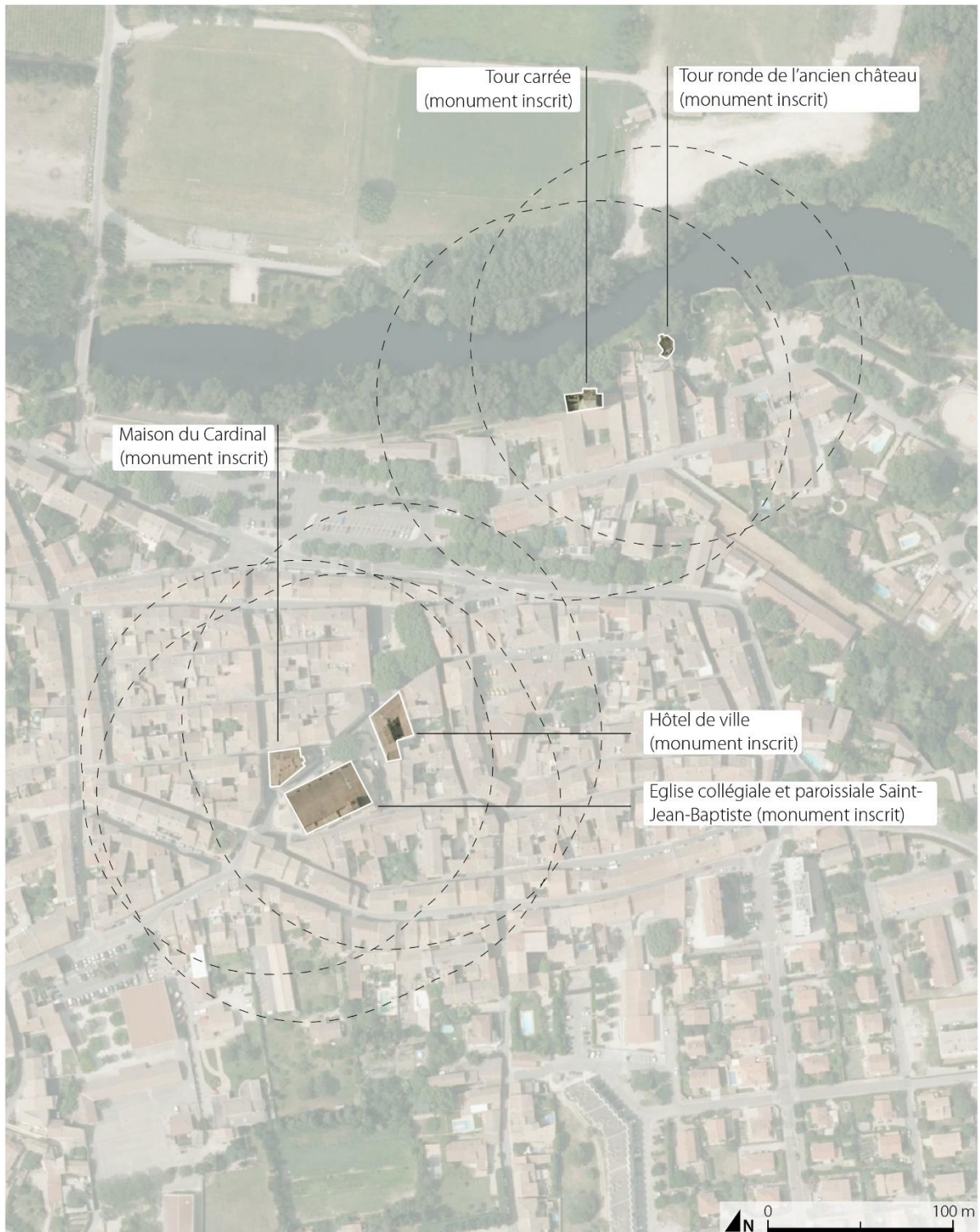
Ces servitudes, annexées au PLU, sont :

- L'église Saint Jean Baptiste, MH inscrit par arrêté du 28/01/1997
- L'hôtel de ville, MH inscrit par arrêté du 06/12/1949
- La maison du Cardinal, MH inscrit par arrêté du 31/05/1957
- La Tour carrée, MH inscrit par arrêté du 31/05/1957
- La Tour ronde de l'ancien château, MH inscrit par arrêté du 06/12/1940

La commune est concernée par le site Natura 2000 FR9301590 «Rhône aval», le secteur recouvre le fleuve et ses berges de la rive droite et englobe l'île de Miémar avec son canal qui longe le centre ancien.

Carte des zones bâties et du périmètre Natura 2000 sur la commune





Monument protégé Périmètre de 100 m à partir des monuments protégés

1.6. Contexte géographique

La commune de Roquemaure s'échelonne des rives du Rhône (à proximité desquelles se trouve le cœur urbain) à une altitude de 20 mètres NGF jusqu'aux premières collines des garrigues gardoises rhodaniennes (176 mètres NGF en altitude maximale sur la montagne de Saint Geniès).

Le faciès paysager du territoire communal suit cette dichotomie fondée sur la topographie et la disponibilité en eau du sol :

- La moitié ouest est ainsi couverte de garrigues, de vignes (la commune de Roquemaure est une des rares communes de France à être concernée par 3 AOC : « Lirac », « Tavel » et « Côtes du Rhône ») mais aussi de vergers d'oliviers (AOC « Huile d'olive de Provence »). Cette entité du territoire communal est tournée vers les communes de Tavel, Lirac ou Saint Laurent des Arbres
Le plateau de l'Aspre, impropre à l'agriculture, est occupé en partie par la zone industrielle du même nom.
- La moitié Est appartient au couloir rhodanien stricto sensu, sur une topographie plane, sédimentairement riche et sur laquelle l'eau n'est jamais loin. La végétation y forme un couvert plus arboré et caducifolié. C'est dans cet espace que se trouve le centre urbain principal formant le cœur d'agglomération de Roquemaure.
- La frange interstitielle de la commune, entre le centre bourg à l'est et les espaces plus secs à dominante agricole à l'ouest, est mité par une zone péri-urbaine d'urbanisation étalée et diffuse.

Selon l'atlas des paysages du Languedoc-Roussillon, le territoire communal de Roquemaure appartient principalement à l'unité paysagère des « plaines et terrasses de Roquemaure ». Celle-ci est décrite par ce document de la sorte :

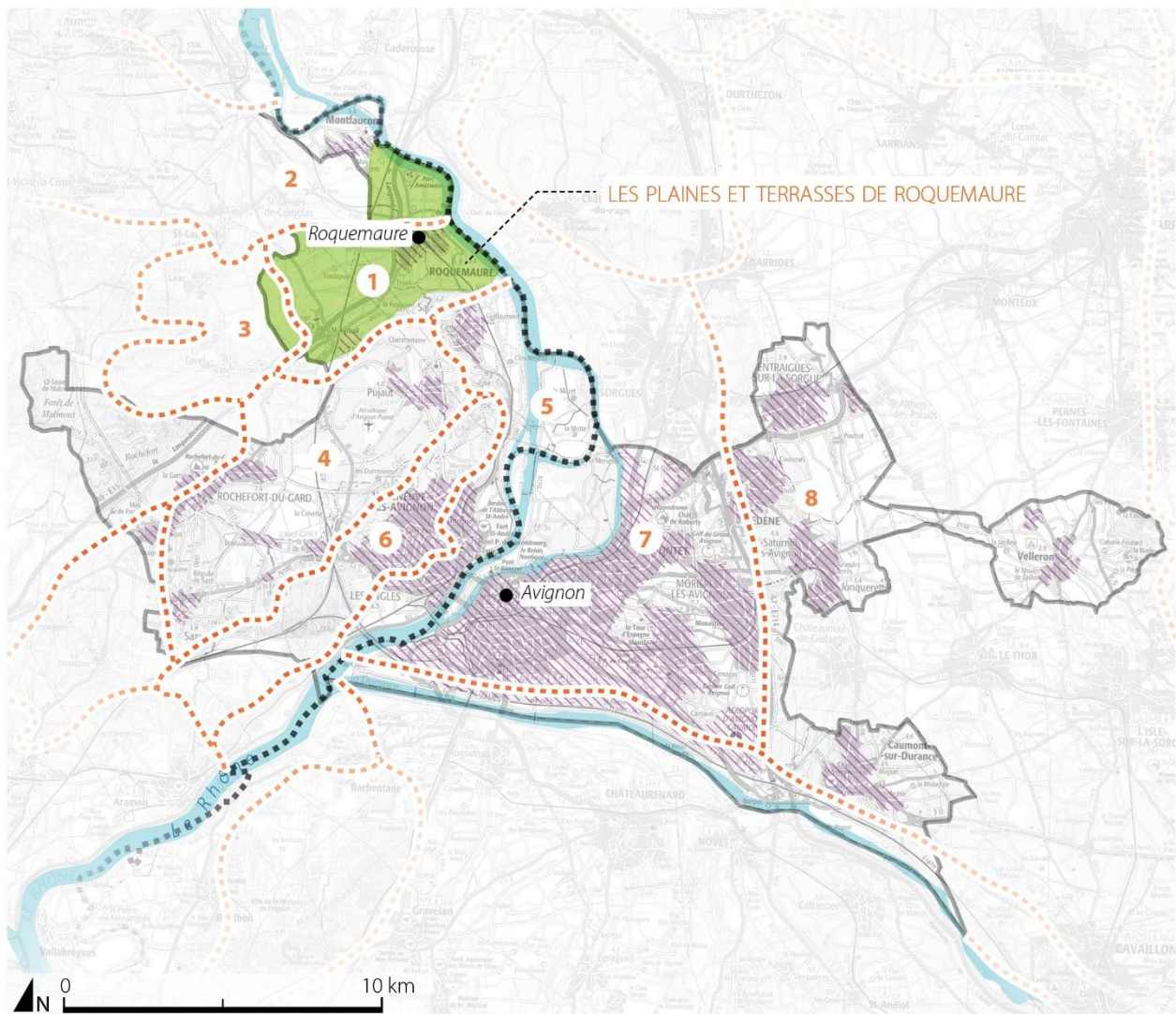
« Le secteur de Roquemaure marque la rencontre complexe entre les confins de la garrigue d'Uzès et le Rhône. Il est marqué par des reliques de massifs calcaires durs isolées par l'érosion et par les anciens dépôts du Rhône en terrasses alluviales. La plaine de Roquemaure est ainsi cadrée :

- *par la montagne de Saint-Geniès, qui la sépare de la plaine plus vaste de la Tave et de la Cèze plus au nord,*
- *par les reliefs du Bois de Clary, qui la séparent du plateau viticole de Tavel et de Lirac à l'ouest*
- *par les reliefs de Sauveterre, qui la sépare de la plaine de Pujaut au sud*

Ainsi délimitée, elle s'incline irrégulièrement vers le Rhône, passant progressivement de 80 m à 30 m d'altitude. » (Atlas des paysages du Languedoc-Roussillon, DREAL LR, 2005)

Le cadre paysager suit ainsi de près les limites communales et se détache de celui du cœur de l'agglomération et des communes attenantes d'Avignon.

Cartes des entités paysagères selon l'atlas régional des paysages (DREAL LR, 2005) et de l'atlas des paysages de Vaucluse (DREAL PACA, CG84, 2000)



- Noms des unités paysagères :
- | | |
|--|--|
| 1 Les plaines et terrasses de Roquemaure | 5 Les rives du Rhône |
| 2 La vallée de la Tave | 6 Le plateau des Angles et de Villeneuve-lès-Avignon |
| 3 Les vallats de Tavel et de Lirac | 7 Le couloir Rhodanien |
| 4 La plaine de Pujaut | 8 La plaine Comtadine |

2. Historique de la démarche

2.1. Chronologie :

La commune de Roquemaure, soucieuse de préserver et valoriser son cadre de vie face au développement parfois anarchique et difficilement contrôlable du régime général de la publicité a délibéré le 18 septembre 2014 (délibération ci-jointe annexée) pour prescrire l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur son territoire.

Les élus ont décidé à cette date de mandater un bureau d'étude pour assister la commune dans l'élaboration d'un RLP. La mission confiée au groupement d'étude Ameten-Composite est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLP.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé de mai à juillet 2015 a porté notamment sur le recensement des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et sur l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Le diagnostic s'est achevé le 28/10/2015 par sa restitution en comité de pilotage.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil municipal s'est réuni pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLP.

Le Porter à Connaissance de l'Etat (« PAC »), ci-joint annexé, a été communiqué à la commune le 15 avril 2015.

3. Diagnostic

3.1. Objet du diagnostic

A partir d'un repérage de terrain très précis, le prestataire a procédé à un recensement et une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires non conformes sur le territoire de Roquemaure à savoir : enseignes, pré-enseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage événementiel, enseignes et pré-enseignes temporaires.

Le diagnostic initial date du printemps et du début d'été 2015, il est donc postérieur à la finalisation de la réforme du Code de l'Environnement initiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II et complétée par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 applicable depuis le 1er juillet 2012.

3.2. Problèmes identifiés

La question des pré-enseignes, hors agglomération (et en partie dans le centre-ville), est le problème principal auquel la commune est déjà confrontée, en particulier aux abords de l'échangeur de l'A9 et sur le linéaire très emprunté au milieu des vignobles de la N580.

La zone en cœur de ville est soumise à de nombreuses non-conformités touchant les enseignes et surtout la publicité, nuisant de facto à la qualité du cadre de vie.

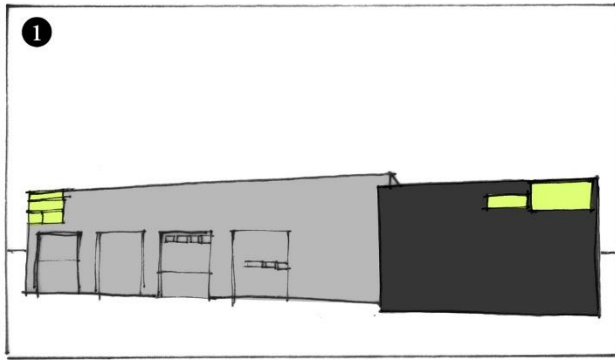
Des secteurs ou enjeux spécifiques sont ici isolés :

ZONE INDUSTRIELLE DE L'ASPRE

Globalement conformes à la réglementation nationale pour les enseignes sur façade, une problématique liée aux enseignes dans la zone industrielle de l'Aspre peut être relevée au titre du bassin visuel de cet espace d'activité implanté sur un plateau (une non-conformité notable concernant la surface de façade occupée pour une entreprise tournée vers l'autoroute).

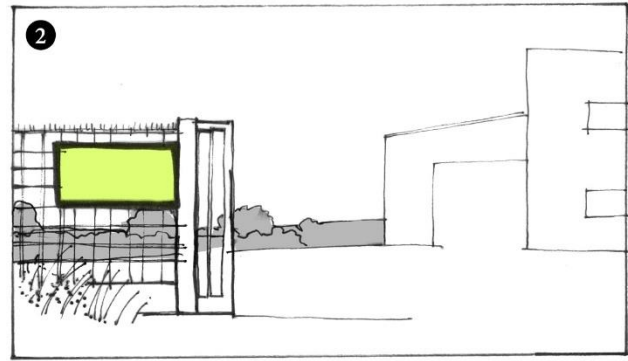
Des pré-enseignes non-dérogatoires ont également été relevées.

Dispositifs au sein de la ZI de l'Aspre : illustration des cas de figure rencontrés sur Roquemaure



- 1 Ces dispositifs respectent les règles de surface et de pourcentage maximal pour des enseignes en façade*. Le contraste chromatique mérite néanmoins une réflexion sur la prescription de teintes RAL spécifiques dans le cadre du RLP.

**Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. La surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés. (Art. R.581-63)*



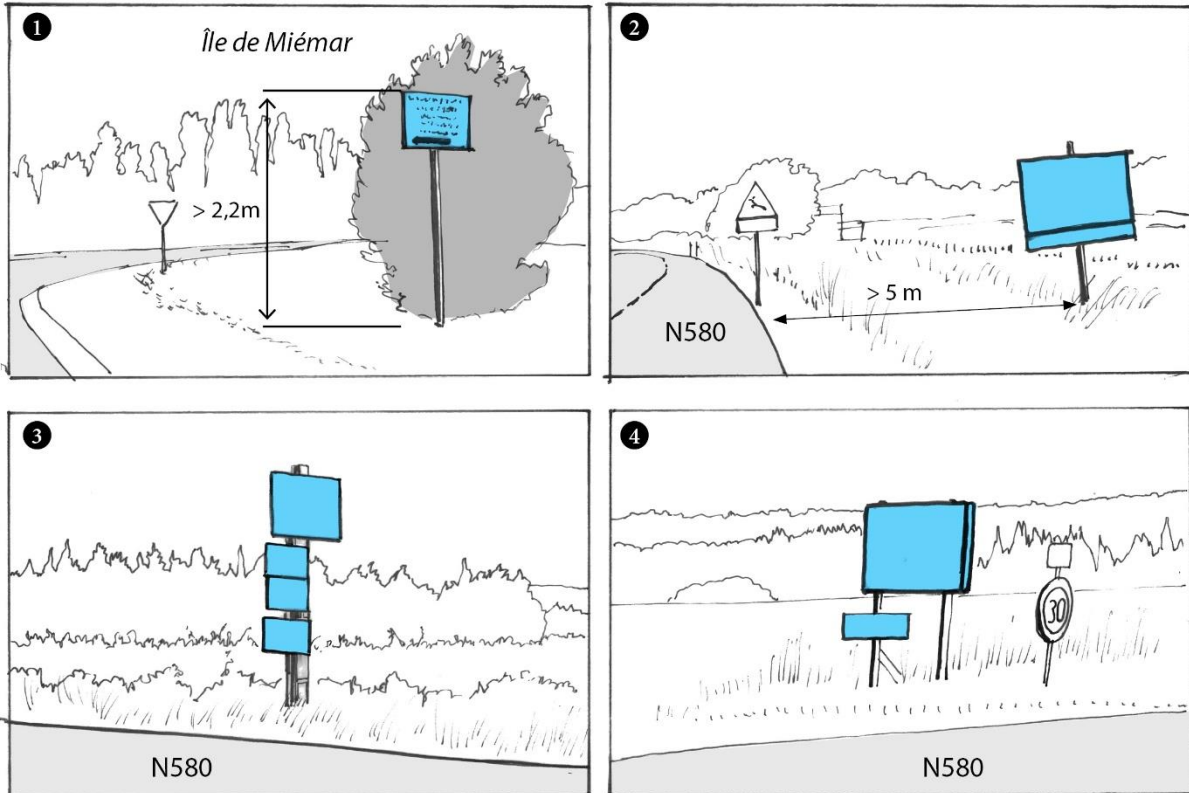
- 2 Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur. Elles ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R.581-60). L'enseigne illustrée ici est conforme.

 Enseigne

LA PROBLEMATIQUE FORTE DES PRE-ENSEIGNES HORS AGGLOMERATION

Autorisées au titre du code de l'environnement uniquement sur titre dérogatoire (pour les seules activités culturelles, du terroir ou patrimoniales, au sein du territoire, en nombre, dimensions et à des distances limitées), cette problématique recense un nombre très conséquent d'irrégularités. Les paysages viticoles le long de la N580 et aux abords de l'échangeur de l'A9 sont particulièrement touchés même si le problème reste global à l'échelle de la commune

Pré-enseignes en dehors de l'agglomération : illustration des cas de figure rencontrés sur Roquemaure

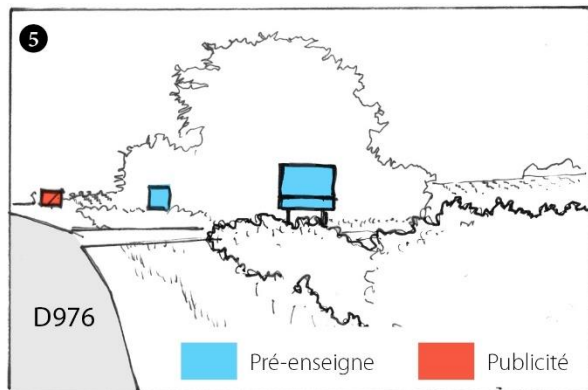


1 Pré-enseigne non dérogatoire (non-conforme) en dehors de l'agglomération, sur l'île de Miémar. Les dimensions du dispositif sont également non-conformes pour une enseigne dérogatoire (la hauteur maximale ne peut dépasser 2,2 m, Art. 3 de l'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires). Par ailleurs, l'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin de dégager la visibilité de dispositifs scellés au sol ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres (et donc interdit) (CE/14/02/2001, Sté Centrale d'espaces publicitaires, req. n°209103).

2 Cette pré-enseigne dérogatoire n'est pas conforme pour deux raisons :

- son état d'entretien (déséquilibré) (Arrêté du 23/03/15 - Art. 5) ;
- son implantation à moins de 5m du bord de chaussée. Si elles sont visibles d'une route nationale, départementale ou communale, les pré-enseignes dérogatoires doivent être positionnées sur le domaine public au-delà de 20 mètres à partir du bord de la chaussée, ou sur une propriété privée au-delà de 5 m (R.418-6 du code de la route et Arrêté du 23/03/15 - Art. 2).

3 Non-conforme. Ici, sur la N580, plus de 2 pré-enseignes sont juxtaposées sur un seul mât, implanté à moins de 5m du bord de chaussée. La hauteur dépasse 2,2 m au-dessus du niveau du sol (Arrêté du 23/03/15 - Art. 3).



4 Non-conforme. Les pré-enseignes dérogatoires doivent être constituées uniquement de panneaux plats rectangulaires (Arrêté du 23/03/15 - Art. 4). Seuls les mâts mono-pieds sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm (Arrêté du 23/03/15 - Art. 3). Nous pouvons également noter ici une concurrence avec la signalisation routière (R.418-4 du code de la route).

5 Non-conforme. Les pré-enseignes dérogatoires sont positionnées avec un recul insuffisant par rapport au bord de chaussée (R.418-6 du code de la route et Arrêté du 23/03/15 - Art. 2). La publicité est interdite en dehors de l'agglomération (Art. L.581-7).

Le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes précise : « Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir. »

L'expression « produits du terroir » désigne les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

Les produits du terroir sont ceux bénéficiant d'un signe d'identification de la qualité ou de l'origine (SIQO) défini par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO).

Sur la commune de Roquemaure, il existe actuellement 9 appellations (déclinées en 50 produits) :

- IGP Coteaux du Pont du Gard (Vins)
- AOC – AOP Côtes du Rhône (Vins)
- IGP Gard (Vins)
- AOC – AOP Huile d'olive de Provence
- AOC – AOP Lirac (Vins)
- IGP Miel de Provence
- IGP Pays d'Oc (Vins)
- AOC – AOP Tavel (Vins)
- IGP Volailles du Languedoc

LES ENTREES DE VILLE

Depuis Orange sur la D976

Relativement libre de publicités entre la limite communale au niveau du Rhône et l'entrée de l'agglomération

Entrée dans le centre ancien marquée par un panneau publicitaire de grande taille, mis en scène par son emplacement en hauteur dans l'axe de la voie

Arrivée sur le Boulevard National/Place de la Pousterle, caractérisée par un front urbain occupé par des commerces

Sur la route de Nîmes, D976 depuis le Sud

Des affiches « grand format » de publicité et pré-enseigne pour des domaines viticoles principalement entre la limite communale et le rond-point des Carabiniers

Tronçon de 3km entre le rond-point des Carabiniers et la limite de l'agglomération : 9 pré-enseignes repérées

Traversée de la périphérie résidentielle de la ville (1,5 km entre la limite de l'agglomération et le centre ancien) : un ensemble commercial (comprenant boulanger, tabac, coiffeur, pizzeria) ;

2 panneaux de publicité grand format ; 3-4 pré-enseignes

Un point de concentration des dispositifs au niveau du carrefour avenue de la gare/rue Pierre Semard/rue Jacques Rousseau.

Tronçon sur la rue Carnot en passant devant le groupe scolaire Jean Vilar et la caserne des pompiers : présence de dispositifs d'affichage libre.

Arrivée au niveau du centre ancien par le carrefour rue Carnot/rue Michelet/rue Victor Hugo occupé par des commerces (pharmacie, épicerie, tapissier matelassier), situés dans le périmètre de 100m depuis des monuments protégés (église Saint-Jean-Baptiste et Hôtel de ville).

D980 depuis St-Geniès-de-Comolas et Montfaucon

Tronçon de 1,3 km entre la limite communale et le giratoire D980/D976 longeant la Montagne de Geniès (3 dispositifs d'enseigne repérés).

D980 depuis Sauveterre

Peu de dispositifs sur l'axe routier (1km) entre la limite communale et l'entrée en agglomération : 3 panneaux (scellés et posés au sol) de publicité (vente de fraises et légumes).

Une concentration de dispositifs (pré-enseigne, enseigne supermarché grande surface, panneau publicitaire grand format) au niveau du giratoire à l'entrée de l'agglomération.

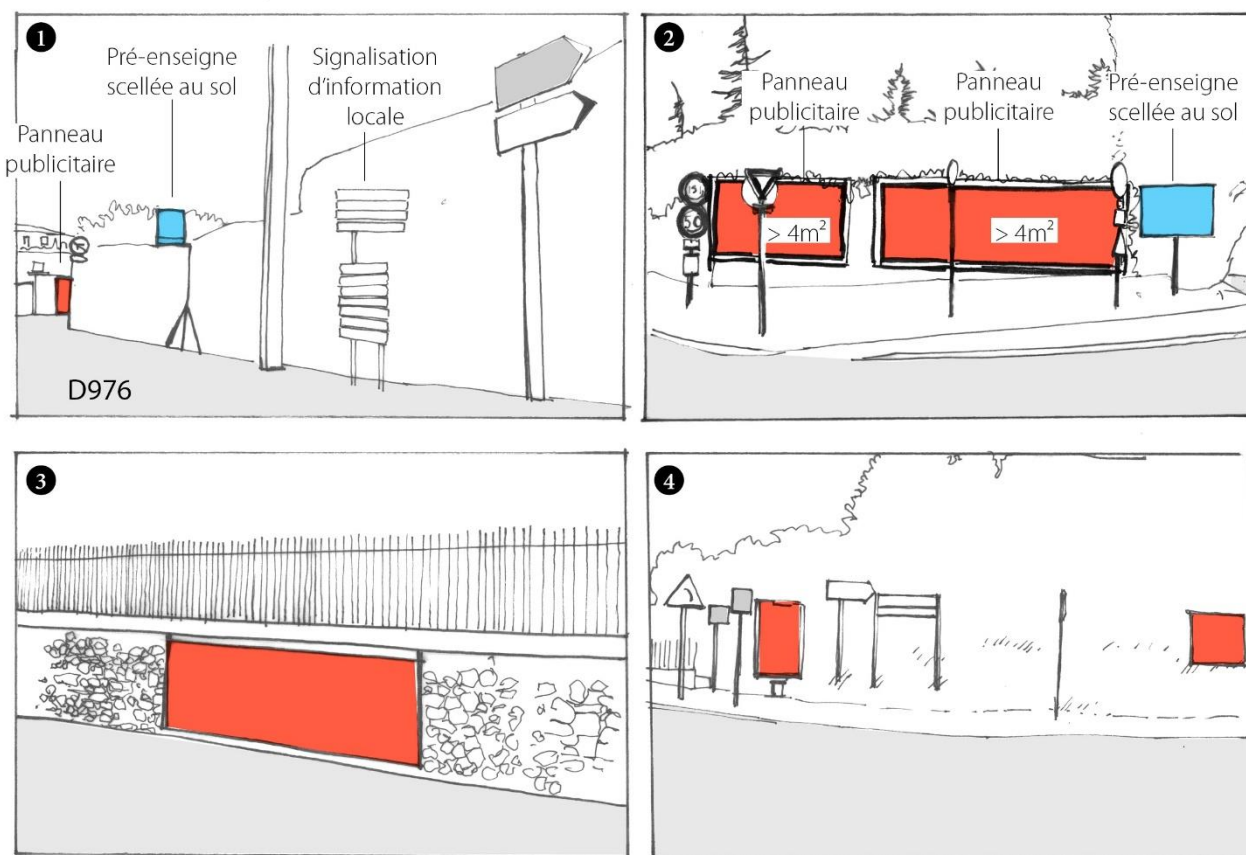
Caractère hétérogène du tronçon de la route d'Avignon entre la limite de l'agglomération et le centre ancien (1 km) : résidences et commerces à l'ouest de la voie ; espaces agricoles et zone d'activité à l'est.

Une forte concentration au niveau du centre commercial (comprenant supermarché grande surface, restaurant, tabac presse, boulangerie, laverie, garage, station essence,...). Une multiplicité de dispositifs d'enseigne et de pré-enseigne et une diversité de formes (panneaux double-face scellées au sol de dimensions et orientations variables, totem, kakemono, enseignes sur façade, enseignes en tenant lieu,...)

Une concentration au niveau du carrefour de la route d'Avignon et la zone artisanale de la Defraisse : une lecture difficile des pré-enseignes et de la signalisation routière avec notamment des répétitions en différents formats.

L'entrée dans le centre-ville au niveau de la place du Planet est marquée par une concentration publicitaire dont notamment des panneaux « grand format » et des publicités sur muret.

Dispositifs en agglomération : illustration des cas de figure rencontrés sur Roquemaure



1 Ici les usagers de la D976 sont sollicités simultanément par la signalisation routière, la signalisation d'information locale, une pré-enseigne et un panneau publicitaire grand format. La pré-enseigne (scellée au sol) (Art. R.581-66) et le panneau publicitaire (implanté à moins de 50 cm du niveau du sol) (Art. R.581-27, alinéa 1er) sont tous les deux non-conformes. A ce titre, la suppression de ces dispositifs contribuera à l'amélioration de la sécurité routière, un des objectifs de la réglementation.

2 Ce mur aveugle, visuellement exposé au niveau d'un croisement sur la D976, est exploité pour l'installation des publicités grand format et une pré-enseigne scellée au sol. Cette dernière respecte le format des pré-enseignes dérogatoire (dimensions et type de support) mais son implantation est interdite en agglomération (Art. R.581-66). Les panneaux publicitaires sont également non-conformes dépassant la surface maximale autorisée de 4 m² (Art. R.581-26-II) ainsi que la limite du mur sur lequel ils sont apposés (Art. R.581-27, alinéa 2) (en plus de la concurrence avec la signalisation routière).

3 Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol. Ce dispositif sur la route d'Avignon n'est donc pas conforme (Art. R.581-27, alinéa 1er). Par ailleurs, une clôture constituée d'un muret surmonté d'une grille ou d'un grillage est considérée comme étant non aveugle. Il est donc interdit d'y apposer de la publicité (Art. R.581-22).

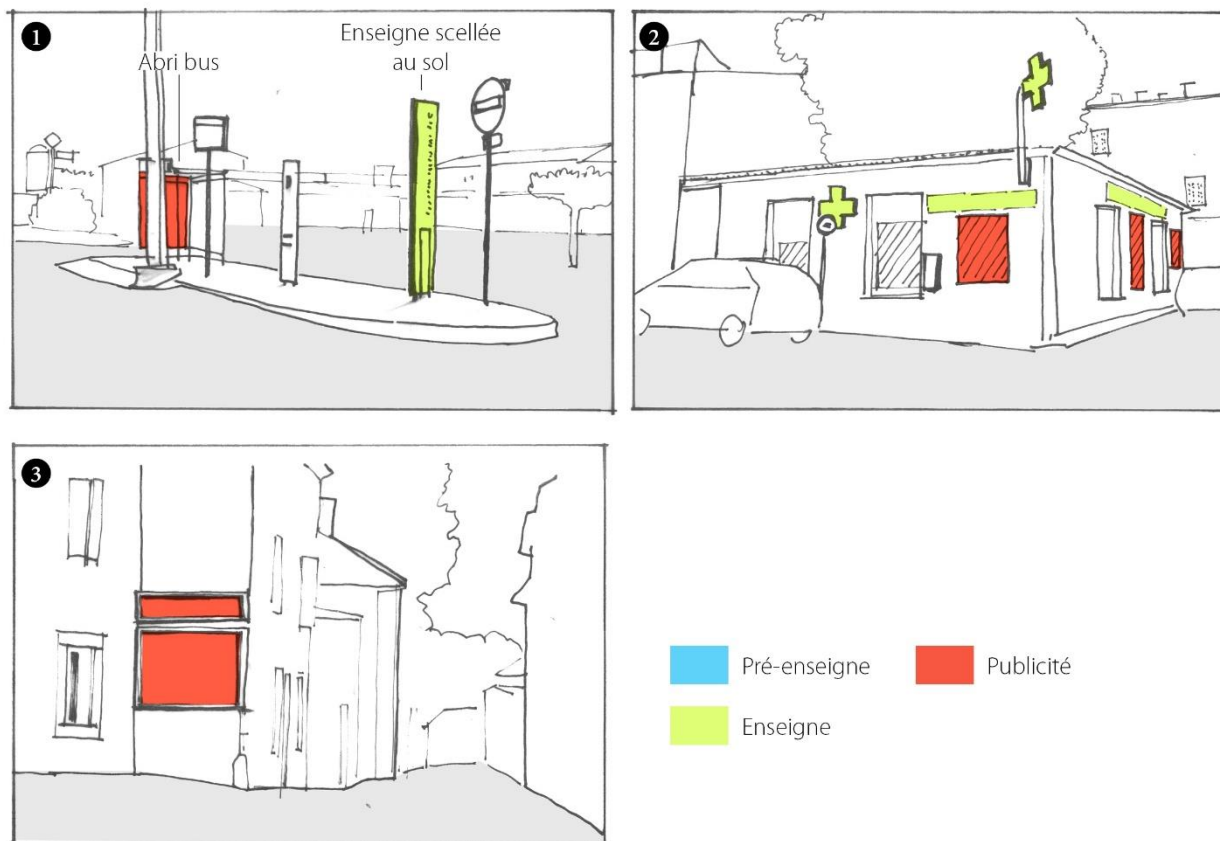
4 On compte ici 4 dispositifs de signalisation routière, un panneau de signalisation d'information locale (SIL), un panneau d'arrêt de bus en plus des deux panneaux publicitaires scellés au sol. Dans un contexte de multiplication des dispositifs signalétiques, notamment au niveau des intersections comme ici, l'encadrement de la publicité doit être mené de façon à améliorer la sécurité routière.

 Pré-enseigne  Publicité

LE CENTRE-VILLE / CENTRE ANCIEN

Souvent étroites, les rues de Roquemaure génèrent de nombreuses enseignes perpendiculaires souvent en conflit avec la règle du 1/10^{ème} de largeur de façade à façade. La problématique de la publicité et du rapport chromatique ou de matière entre les supports et les cadres concernés est également un enjeu fort de mise en conformité des installations au regard de la loi et d'amélioration du cadre de vie des habitants.

Dispositifs en agglomération : illustration des cas de figure rencontrés sur Roquemaure



❶ Ici, sur la D980b, la multiplication des dispositifs sur le terre-plein crée un cadre visuel particulièrement chargé.

❷ Les façades de la pharmacie cumulent plusieurs types de dispositifs : enseignes sur façade, enseigne perpendiculaire et micro-affichage (publicité de petit format sur devanture commerciale). En ce qui concerne les affiches dans les vitrines, un adhésif collé à l'extérieur d'une vitrine est soumis au code de l'environnement (CE, 28/10/2009, Ministre de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire c/ Sté Zara, req. n°322758).

❸ Ces panneaux publicitaires au sein du centre ancien dépassent légèrement la limite du mur. Ils sont donc non-conformes (Art. R.581-27, alinéa 2).

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune.

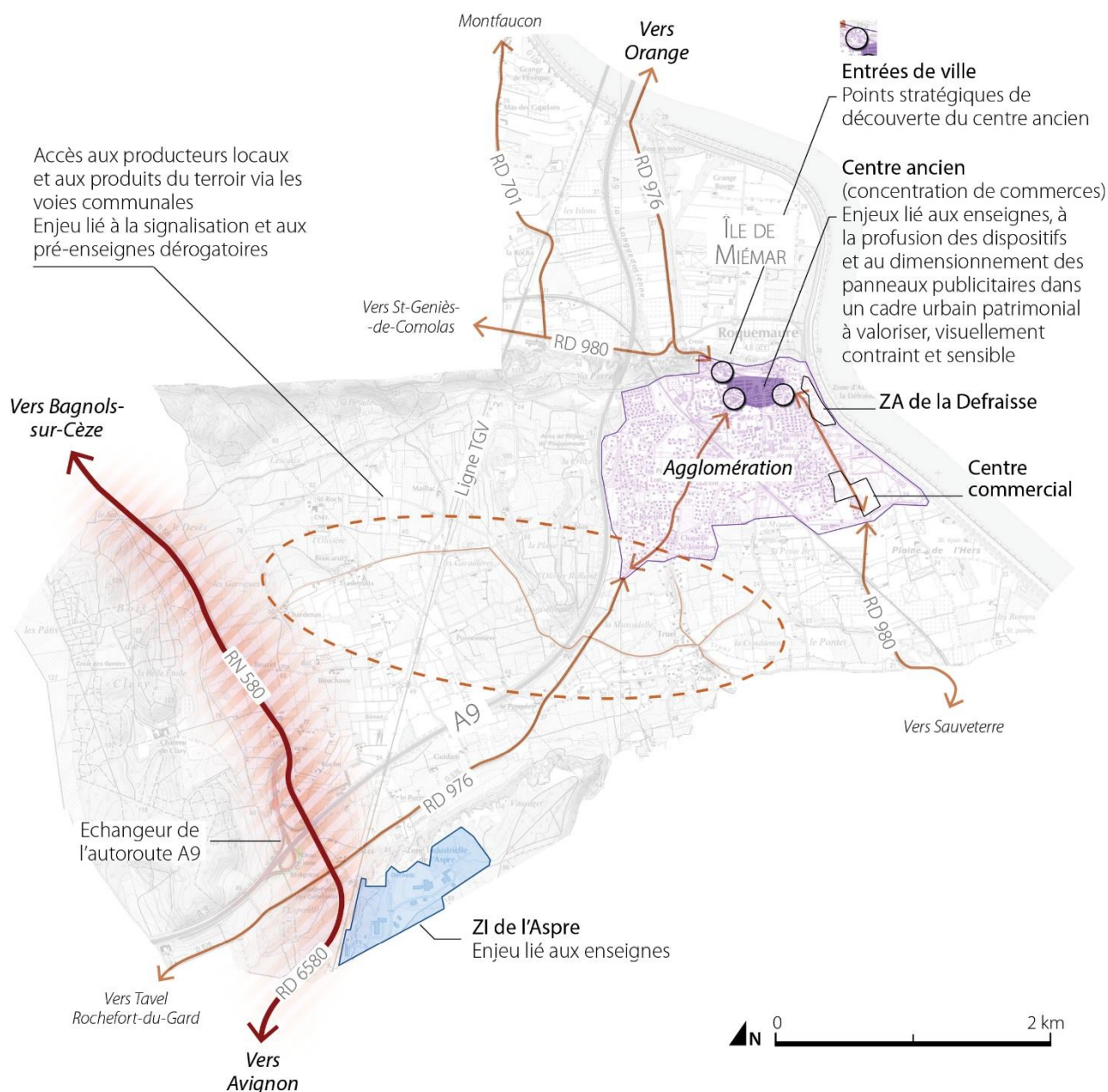
3.3. Cartographie des secteurs à enjeux


Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :


La majorité des infractions relevées se concentre le long de la RN580.

La commune comprend deux autres secteurs considérés comme à enjeux au regard de la publicité extérieure :

- la zone d'activité industrielle de l'Aspre et la zone d'activité de la Defraisse
- le centre-ville et ses extensions directes.



 RN 580 - axe routier reliant Avignon et Bagnols-sur-Cèze

 Réseau viaire départemental reliant Roquemaure aux communes environnantes

Enjeux liés :

- Aux pré-enseignes dérogatoires (format, nombre, recul par rapport à la voie)
- au respect de la réglementation concernant la publicité et les pré-enseignes non-dérogatoires (interdites en dehors de l'agglomération)

3.4. Synthèse statistique – Bilan des dispositifs inventoriés

La dégradation du territoire peut être considérée comme manifeste au seul regard de l'application en l'état de la loi et des règles du code de l'environnement avec un nombre important de dispositifs en infraction.

141 irrégularités ont été relevées sur les 228 dispositifs existants relevés. Cela représente près de 62% de dispositifs non conformes avec le Code de l'Environnement.

Plusieurs cas de figure peuvent être distingués au regard des situations concernées : en agglomération, hors agglomération, au sein de la ZI de l'Aspres :

Total des dispositifs					
	Total	Nombre conforme	Nombre non-conforme	% Conforme	% Non-conforme
Hors agglomération	100	9	91	9,0%	91,0%
En agglomération	107	62	45	57,9%	42,1%
ZI de l'Aspre	21	16	5	76,2%	23,8%
Total	228	87	141	38,2%	61,8%

Les disparités sont importantes selon les catégories au sein des secteurs concernées (la problématique des pré-enseignes se retrouvant par exemple principalement hors agglomération, celle de la publicité en agglomération et les enseignes dans le noyau urbain et dans la ZI de l'Aspres). Dans le détail, cela donne la répartition suivante :

3.4.1 Dispositifs hors agglomération

Dispositifs hors agglomération					
	Total	Nombre conforme	Nombre non-conforme	% Conforme	% Non-conforme
Publicité	24	0	24	0,0%	100,0%
Pré-enseigne	65	2	63	3,1%	96,9%
Enseigne	11	7	4	63,6%	36,4%
Total	100	9	91	9,0%	91,0%

La publicité, interdite hors agglomération, a fait l'objet d'un relevé de 24 dispositifs. La problématique des pré-enseignes, soumise à un cadre par nature assez restrictif également, concentre une part importante des non-conformités des installations en place aux dates du relevé. Les enseignes ne concernent pour leur part que des établissements isolés. Les causes de non-conformité relevées au regard de la loi ont été les suivantes :

Causes de non-conformité des pré-enseignes dérogatoires* en dehors de l'agglomération (certains

dispositifs peuvent cumuler plusieurs causes de non-conformité

	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des pré-enseignes dérogatoires non-conformes	39	100
Mauvais état d'entretien	9	23,1%
Retrait insuffisant par rapport au bord de chaussée : si elles sont visibles d'une route nationale, départementale ou communale, les pré-enseignes dérogatoires doivent être positionnées sur le domaine public au-delà de 20 mètres à partir du bord de la chaussée, ou sur une propriété privée au-delà de 5 m.	13	33,3%
Surnombre Monuments historiques : 4 Vente produits du terroir : 2 Activité culturelle : 2 Deux pré-enseignes dérogatoires au maximum peuvent être juxtaposées l'une sur l'autre sur un seul mât.	29	74,4%
Dimensions Les pré-enseignes dérogatoires, scellées ou posées au sol, doivent être inférieures à 1 mètre en hauteur et 1,50 m en largeur, La hauteur des pré-enseignes dérogatoires panneau inclus ne peut dépasser 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol.	4	10,3%
Type de Support Elles doivent être constituées uniquement de panneaux plats rectangulaires. Seuls les mâts monopieds sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm.	5	12,8%
<i>*Sur le total de 63 pré-enseignes non-conformes repérées sur le territoire communal 24 sont des pré-enseignes non-dérogatoires (soit 38 %)</i>		

Causes de non-conformité des enseignes en dehors de l'agglomération

	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des enseignes non-conformes	4	100
Mauvais état d'entretien Les enseignes partiellement détruites ou effacées, les drapeaux déchirés, les éclairages défectueux, les enseignes scellées au sol déséquilibrées sont en infraction	2	50,0%
Densité Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée	1	25,0%
Dimensions supérieures à 6m² La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de six mètres carrés dans les agglomérations de moins de dix mille habitants.	1	25,0%

3.4.2 Dispositifs en agglomération

La publicité en agglomération représente un élément important du cadre de vie dont la non-conformité actuelle est une clef dans la valorisation du faciès urbain (plus de 80% de non-conformité sur 32 dispositifs relevés). La problématique des enseignes est ici plus généralement conforme aux dispositions de la loi même si des pistes d'intégration et d'harmonisation peuvent être avancées.

Dispositifs en agglomération					
	Total	Nombre conforme	Nombre non-conforme	% Conforme	% Non-conforme
Publicité	32	5	27	15,6%	84,4%
Pré-enseigne	7	2	5	28,6%	71,4%
Enseigne	68	55	13	80,9%	19,1%
Total	107	62	45	57,9%	42,1%

Catégories d'enseignes				
	Nombre	%	Nombre non-conforme	% Non-conforme
Total	68	100	13	19,1%
Enseignes sur façade	49	72,1%	5	10,2%
Enseignes perpendiculaires	12	17,6%	8	66,7%
Enseignes scellées au sol	7	10,3%	0	0,0%

Causes de non-conformité des enseignes en l'agglomération		
	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des enseignes non-conformes	13	100
Surface cumulée excédant 15% (ou 25%) de la surface de façade les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade ; • la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés.	1	7,7%
Dépasse la limite du mur Les enseignes ne peuvent dépasser les limites des murs sur lesquels elles sont apposées.	1	7,7%
Enseigne à retirer suite à la cessation de l'activité L'enseigne doit être est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité.	2	15,4%
Saillie par rapport au mur supérieure au maximum autorisé Les enseignes perpendiculaires ne doivent pas constituer une saillie par rapport au mur supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements* de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres.	9	69,2%

Causes de non-conformité des pré-enseignes en agglomération		
	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des pré-enseignes non-conformes	5	100
Pré-enseigne scellée au sol en agglomération Les pré-enseignes dérogatoires scellées au sol ne peuvent pas être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être installées qu'hors agglomération.	3	60,0%
Pré-enseigne sur mur non-aveugle	2	40,0%

Causes de non-conformité des dispositifs publicitaires en agglomération (certains dispositifs peuvent cumuler plusieurs causes de non-conformité)		
	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des dispositifs publicitaires non-conformes	27	100
Surface de plus de 4m² La surface de la publicité est limitée à 4 m ² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants).	7	25,9%
Publicité scellée au sol Les publicités scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.	6	22,2%
Moins de 50 cm du niveau du sol Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol.	4	14,8%
Publicité sur mobilier urbain*	4	14,8%
Dépasse les limites du mur Une publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte.	2	7,4%
Posée sur mur/clôture non aveugle La publicité est interdite 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. La publicité est interdite sur les clôtures non aveugles.	3	11,1%
Hauteur de plus de 6m Aucun point du dispositif publicitaire ne doit dépasser six mètres de haut.	2	7,4%
Publicité de plus 1m² sur devanture commerciale En ce qui concerne les dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale (micro-affichage) : <ul style="list-style-type: none"> • la surface unitaire des dispositifs de petit format est inférieure à un mètre carré ; • leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de deux mètres carrés. 	2	7,4%
<p><i>*L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. Cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.</i></p>		

3.4.3 Dispositifs au sein de la ZI de l'Aspre

Majoritairement conformes à la loi (**à 76%**), certaines irrégularités ont été relevées au sein de la ZI de l'Aspre. Le caractère très exposé de cet espace concentrant de nombreuses entreprises dans un cadre environnant naturel et la forte exposition au bassin visuel nécessite un examen à part entière. Aucune publicité stricto sensu n'a été relevée lors des investigations (la ZI de l'Aspre étant une destination « en impasse », non parcourue par un axe traversant)

Dispositifs au sein de la ZI de l'Aspre					
	Total	Nombre conforme	Nombre non-conforme	% Conforme	% Non-conforme
Publicité	0	0	0	0,0%	0,0%
Pré-enseigne/publicité	2	0	2	0,0%	100,0%
Enseigne	19	16	3	84,2%	15,8%
Total	21	16	5	76,2%	23,8%

Causes de non-conformité des enseignes au sein de la ZI de l'Aspre		
	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des enseignes non-conformes	3	100
Dépasse la limite du mur Les enseignes ne peuvent dépasser les limites des murs sur lesquels elles sont apposées.	2	66,7%
Surface cumulée excédant 15% (ou 25%) de la surface de façade les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade ; • la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés	1	33,3%

Causes de non-conformité des pré-enseignes/publicités au sein de la ZI de l'Aspre		
	Nombre	% des dispositifs non-conformes
Total des pré-enseignes non-conformes	2	100
Pré-enseigne/publicité hors agglomération Selon l'arrêté du 18/08/2016 fixant les limites d'agglomération, la ZI de l'ASPRE se trouve hors agglomération. Toute publicités et pré-enseignes non-dérogatoires sont donc interdites.	2	100,0%

4. Orientations

Du fait de sa situation géographique et de son histoire, la commune est dotée de forts atouts en matière de paysage : collines agricoles plantées de vignes et d'oliviers, centre urbain ancien et aggloméré, passage du fleuve et ripisylve arborée, garrigues et boisements méditerranéens sur les reliefs et plateaux, perspectives vers les communes environnantes dont Châteauneuf du Pape et le mont Ventoux.

La municipalité s'est prononcée en faveur d'une maîtrise de l'affichage publicitaire sur son territoire et souhaite pour cela adopter un Règlement Local de Publicité (RLP) :

- d'une part, du fait de l'évolution en cours de ses documents d'urbanisme
- mais principalement, parce qu'elle est soucieuse de la qualité paysagère de son territoire, de garantir un cadre de vie agréable à ses habitants, des entrées de ville et des zones d'activités attractives, un centre-ville de qualité.

Par ailleurs, la commune souhaite également harmoniser l'ensemble des dispositifs pour une meilleure présentation/identification de celle-ci et à des fins d'efficacité commerciale.

Aujourd'hui la réglementation nationale autorise des dispositifs qui ne sont plus adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la commune de Roquemaure. Celle-ci souhaite également préserver l'authenticité de sa trame urbaine et valoriser les atouts et paysages de son terroir, propre à une commune ayant su conserver les atouts d'un cadre bâti associé à une véritable dynamique rurale.

Sur la base du diagnostic, la commune de Roquemaure a défini les grandes orientations et les objectifs de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

4.1. Améliorer l'attractivité du territoire et le bien-être des habitants en affirmant l'identité et l'image du territoire :

- en améliorant la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers la traversant qui constituent la première vitrine du territoire.
- en protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre-ville ;
- en valorisant le patrimoine paysager par la préservation des perspectives sur les vignobles.

Valoriser le patrimoine architectural

Valoriser le patrimoine paysager

4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :

- en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activités.

4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes

- en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

5. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Roquemaure a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son Règlement Local de Publicité.

5.1. Zonage : quatre niveaux de prescriptions

Quatre zones de publicité réglementées distinctes sur l'ensemble du territoire de la commune de Roquemaure, sont identifiées afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés :

- La zone de publicité réglementée n° I concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° IIa concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° IIb concerne les zones d'activités hors agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° III concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération. Elle permet de réglementer le format des enseignes des établissements isolés.

5.2. Objectifs pour les enseignes

Objectifs pour les enseignes du centre-ville

- Favoriser la qualité esthétique des façades d'établissements en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade et prévoir un ajustement selon la nature des matériaux de façade.

Objectifs pour les enseignes en zones d'activité

- Favoriser la qualité esthétique des façades d'établissements en limitant le nombre et la surface des **enseignes à plat sur façade**.
- Limiter la surface des enseignes sur façade en proportion de la surface de la façade d'établissement. Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et prescrire un seuil maximum par enseigne.
- Proscrire les **enseignes sur toiture** au profit des enseignes à plat sur façade afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants.
- Améliorer la lisibilité des zones d'activités en limitant le nombre et la surface des **enseignes scellées au sol**.

5.3. Objectifs publicité

- Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade.

- Limiter la zone autorisée à de la publicité en façade pour préserver les entrées du centre ancien et l'identité de bourg aggloméré.

5.4. Economies d'énergie

La publicité lumineuse (y compris numérique) autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R.581-34 alinéa 2).

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs d'enseigne lumineuse :

- en restreignant les possibilités de publicité lumineuse numérique aux seuls journaux lumineux apposés sur le domaine public et en prescrivant des heures d'extinction ;
- en interdisant les dispositifs publicitaires munis d'un mécanisme d'animation ;
- en limitant les heures d'éclairage des enseignes au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale ;
- en limitant les possibilités d'enseignes lumineuses aux seuls dispositifs à plat sur façade non animés et sur des secteurs particuliers (excluant l'île de Miémar et plus généralement la zone Natura 2000).

Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Roquemaure a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire pour obtenir une application effective de la réglementation et en fixer elle-même le cadre.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité introduit par le présent rapport de présentation.