



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL



© 05/2023 - ANREPUBLIQUE

1. Rapport de présentation

AIX-EN-PROVENCE • BEAURECUEIL • BOUC-BEL-AIR • CABRIÈS • CHÂTEAUNEUF-LE-ROUGE • COUDOUX • ÉGUILLES • FUVEAU
GARDANNE • GRÉASQUE • JOUQUES • LA ROQUE-D'ANTHÉRON • LAMBESC • LE PUY-SAINTE-RÉPARADE • LE THOLONET
LES PENNES-MIRABEAU • MEYRARGUES • MEYREUIL • MIMET • PERTUIS • PEYNIER • PEYROLLES-EN-PROVENCE • PUYLOUBIER
ROGNES • ROUSSET • SAINT-ANTONIN-SUR-BAYON • SAINT-CANNAT • SAINT-ESTÈVE-JANSON • SAINT-MARC-JAUMEGARDE
SAINT-PAUL-LÈZ-DURANCE • SIMIANE-COLLONGUE • TRETTS • VAUVENARGUES • VENELLES • VENTABREN • VITROLLES

SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	2
PREAMBULE.....	4
A. PORTRAIT DE TERRITOIRE	5
A.1 CONTEXTE INTERCOMMUNAL.....	6
A.1.1 <i>Communes concernées par le RLPi – Contexte démographique.....</i>	6
A.1.2 <i>Contexte géographique et paysager</i>	8
A.1.3 <i>Contexte viaire.....</i>	21
A.1.4 <i>Contexte économique</i>	24
A.2 CONTEXTE REGLEMENTAIRE : RAPPEL DES REGLES NATIONALES APPLICABLES AUX DISPOSITIFS PUBLICITAIRES, DE PRE ENSEIGNES ET D’ENSEIGNES.....	35
A.2.1 <i>Les dispositifs concernés.....</i>	35
A.2.2 <i>Les périmètres réglementaires spécifiques</i>	39
A.2.3 <i>Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes</i>	44
A.2.4 <i>Les principales dispositions applicables aux enseignes</i>	56
A.2.5 <i>Type d’agglomérations par commune</i>	58
A.2.6 <i>Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires</i>	60
A.2.7 <i>Plans et programmes avec lesquels le RLPi doit être compatible</i>	61
A.3 BILAN DES RLP EN VIGUEUR	62
A.3.1 <i>RLP de la commune d’Aix-En-Provence.....</i>	63
A.3.2 <i>RLP de la commune de Bouc Bel Air</i>	68
A.3.3 <i>RLP de la commune de Fuveau.....</i>	71
A.3.4 <i>RLP de la commune de Gréasque</i>	74
A.3.5 <i>RLP de la commune de Meyreuil</i>	75
A.3.6 <i>RLP de la commune des Pennes Mirabeau</i>	78
A.3.7 <i>RLP de la commune de Pertuis</i>	80
A.3.8 <i>RLP de la commune de Rousset.....</i>	82
A.3.9 <i>RLP de la commune du Tholonet</i>	84
A.3.10 <i>RLP de la commune de Trets</i>	87
A.3.11 <i>RLP de la commune de Venelles</i>	89
A.3.12 <i>RLP de la commune de Vitrolles</i>	91
A.3.13 <i>Analyse croisée des RLP en vigueur : principaux enseignements</i>	93
A.4 ETAT DES LIEUX ET SECTEURS A ENJEU EN MATIERE DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES	95
A.4.1 <i>Etat des lieux des publicités et préenseignes : approche générale.....</i>	95
A.4.2 <i>Secteur à enjeu n°1 : les entrées de ville et axes de transit.....</i>	106
A.4.3 <i>Secteur à enjeu n°2 : les zones commerciales, zones d’activités</i>	119
A.4.4 <i>Secteur à enjeu n°3 : les pôles de vie (noyaux villageois, quartiers résidentiels, ...)</i>	125
A.4.5 <i>Secteur à enjeu n°4 : les sites remarquables</i>	134
A.4.6 <i>Secteur à enjeu n°5 : la gare Aix-TGV et l’aéroport Marseille Provence</i>	148
A.5 ETAT DES LIEUX ET SECTEURS A ENJEU EN MATIERE D’ENSEIGNES	150
A.5.1 <i>Etat des lieux des enseignes</i>	150
A.5.2 <i>Secteur à enjeu n°1 : les centres-villes, centres-villages.....</i>	150
A.5.3 <i>Secteur à enjeu n°2 : les zones d’activités.....</i>	162
A.5.4 <i>Secteur à enjeu n°3 : reste des zones urbaines.....</i>	170
A.5.5 <i>Secteur à enjeu n°4 : hors agglomération.....</i>	181
A.6 SYNTHESE DES ENJEUX EN MATIERE DE PUBLICITES ET PREENSEIGNES ET ENSEIGNES.....	184

B.	ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI.....	186
C.	JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS AU REGARD DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS.....	189
C.1	JUSTIFICATION DE LA DELIMITATION DES ZONES DU RLPI	190
C.1.1	<i>La zone de publicité n°1</i>	190
C.1.2	<i>La zone de publicité n°2</i>	195
C.1.3	<i>La zone de publicité n°3</i>	201
C.1.4	<i>La zone de publicité n°4</i>	204
C.1.5	<i>La zone de publicité n°5</i>	209
C.2	JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES.....	211
C.2.1	<i>Prescriptions communes à l'ensemble des zones</i>	211
C.2.2	<i>Dispositions particulières applicables dans chacune des zones concernant la publicité sur mur, au sol et sur mobilier urbain</i>	219
C.3	JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX ENSEIGNES.....	236
C.3.1	<i>Prescriptions communes à l'ensemble des zones</i>	236
C.3.2	<i>Densité</i>	237
C.3.3	<i>Enseigne installée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu</i>	237
C.3.4	<i>Dispositions applicables aux enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur</i>	238
C.3.5	<i>Dispositions applicables aux enseignes apposées perpendiculairement à un mur</i>	240
C.3.6	<i>Dispositions applicables aux enseignes apposées sur une clôture</i>	241
C.3.7	<i>Dispositions applicables aux enseignes installées directement sur le sol</i>	241
C.3.8	<i>Dispositions applicables aux enseignes scellées au sol</i>	242
C.3.9	<i>Dispositions applicables aux enseignes apposées sur un store, un parasol ou un auvent</i>	243
C.3.10	<i>Dispositions applicables aux enseignes numériques</i>	243
C.3.11	<i>Dispositions applicables à l'éclairage des enseignes</i>	244
C.3.12	<i>Synthèse du règlement : enseignes</i>	245
C.4	COMPATIBILITE DU RLPI AVEC LA CHARTE DU PARC NATUREL REGIONAL DU LUBERON	250

Préambule

Défini aux articles L.581-14 et suivants du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un outil de planification de l'affichage publicitaire qui régit la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire. Il permet **d'adapter la réglementation nationale aux enjeux du territoire** : lutter contre la pollution et les nuisances, maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville, sauvegarder le patrimoine naturel et paysager, ... Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Depuis la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) dite loi « Grenelle II », l'EPCI compétent en matière de PLU est également, de plein droit, compétent en matière de RLP sur son territoire. Le RLP doit ainsi être élaboré à l'échelle intercommunale (article L.581-14 du Code de l'Environnement). Depuis le 1er janvier 2018, la Métropole exerce la compétence en matière de Plan Local d'Urbanisme et documents en tenant lieu et donc la compétence en matière de Règlement Local de Publicité sur le périmètre de tous ses territoires.

Par délibération du 31 Juillet 2020, la Métropole a prescrit l'élaboration du RLPi du territoire du Pays d'Aix, en définissant les objectifs poursuivis suivants :

- Encadrer les dispositifs publicitaires pour protéger et améliorer la qualité du cadre de vie du Pays d'Aix ;
- Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle du Territoire du Pays d'Aix en prenant compte des spécificités des communes du territoire ;
- Préserver et mettre en valeur les espaces à protéger pour des raisons paysagères, patrimoniales, de composition urbaine ou de qualité du cadre de vie en respectant les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (sites protégés, sites patrimoniaux remarquables, PSMV, Grand Site...) ;
- Concilier la dynamique des activités économiques ou l'attractivité économique avec le respect du cadre de vie ;
- Améliorer l'intégration des dispositifs dans le paysage tant urbain que naturel ou agricole ;
- Améliorer l'image des zones d'activités et des entrées de ville ;
- Réduire l'impact environnemental de certains dispositifs.

Le RLPi du Territoire du Pays d'Aix couvre le territoire des 36 communes du Pays d'Aix et se substitue aux RLP existants au niveau des communes.

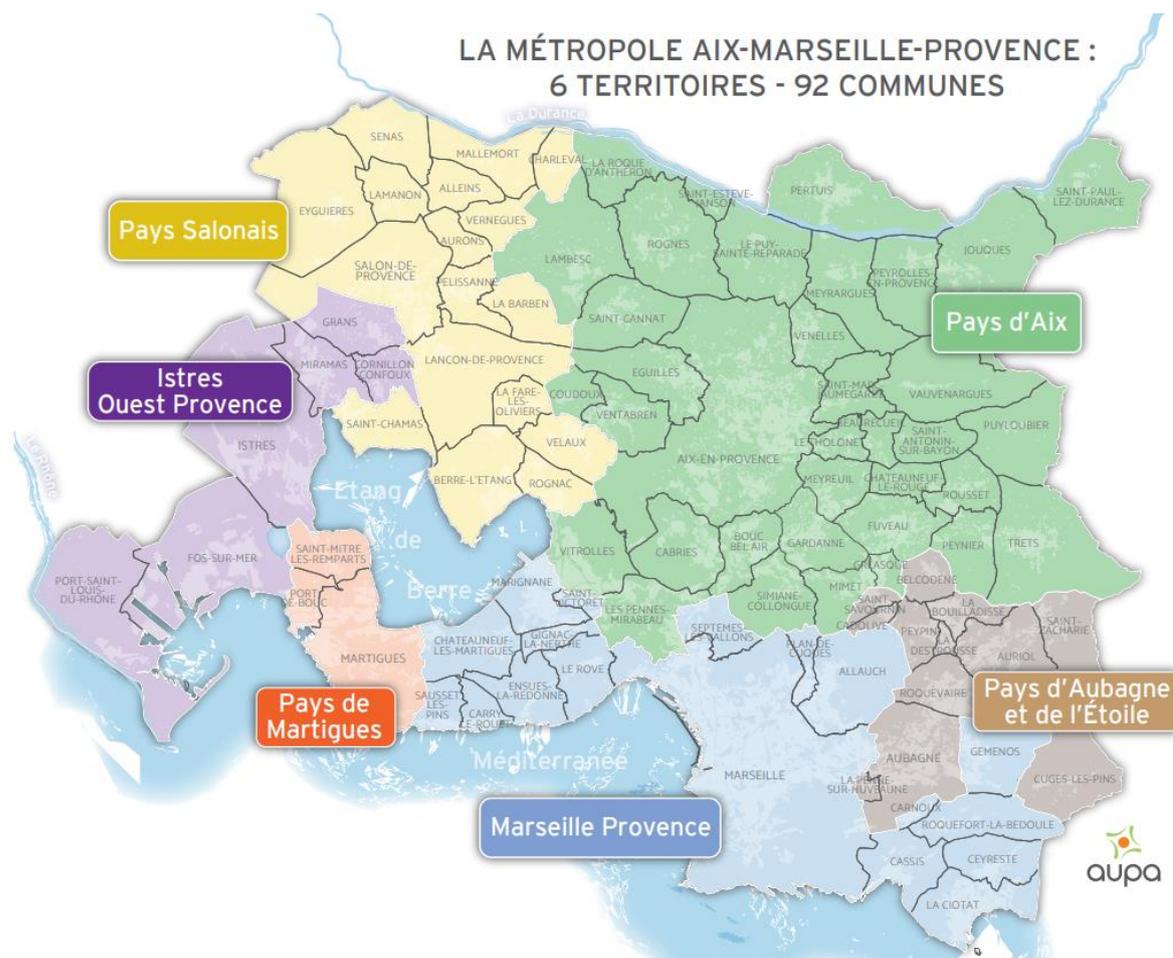
A. Portrait de territoire

A.1 | Contexte intercommunal

A.1.1 | Communes concernées par le RLPi – Contexte démographique

La métropole Aix-Marseille-Provence (AMP) compte au recensement de 2018 près de 1,89 millions d'habitants, répartis sur 6 Territoires. Elle fait partie des agglomérations françaises les plus dynamiques, l'aire urbaine se situe au 3^{ème} rang des aires urbaines métropolitaines françaises pour la croissance démographique, derrière Paris et Lyon.

Le Territoire du Pays d'Aix constitue un des six territoires composant la métropole Aix-Marseille-Provence et couvre le périmètre de l'ancienne communauté d'agglomération du Pays d'Aix. Il comprend 36 communes (soit 40% des communes de la métropole), dont la plus importante est celle d'Aix-en-Provence.



Communes de la métropole, avec les limites des secteurs de gestion territoriale

Comme l'ensemble de métropole, il bénéficie d'un positionnement géostratégique remarquable qui a largement contribué à son développement, au croisement de l'arc méditerranéen, allant de l'Italie à l'Espagne, et du couloir rhodanien, en direction de Paris et de l'Europe du Nord, et constitue une porte d'entrée majeure sur la Méditerranée. Ce positionnement est conforté par de grandes infrastructures de déplacement, le Grand Port Maritime Marseille-Fos, l'aéroport international Marseille-Provence et les gares TGV d'Aix-en-Provence et de Marseille, qui lui offrent une grande accessibilité aérienne, ferroviaire et routière constituant l'une des clés essentielles de son rayonnement international. Au regard de cette position de carrefour, le Pays d'Aix apparaît comme un espace d'articulation et d'interface entre les différents bassins de vie et d'emplois qui l'entourent. A la fois sur le parcours de l'Italie à la vallée du Rhône et sur celui menant du littoral vers les Alpes via la vallée de la Durance, il entretient des liens très étroits avec les territoires extra métropolitains du Sud Luberon, de l'Ouest varois et des départements bas alpins.

Depuis les années 1968, la population du Pays d'Aix a été multipliée par au moins 2,3 pour atteindre environ 403 000 habitants en 2021, répartis comme suit dans chacune des communes :

COMMUNE	POPULATION MUNICIPALE LEGALE TOTALE INSEE 2021
AIX EN PROVENCE	147 478
BEAURECUEIL	607
BOUC-BEL-AIR	15 248
CABRIES	10 070
CHATEAUNEUF-LE-ROUGE	2 357
COUDOUX	3 726
EGUILLES	8220
FUVEAU	10 115
GARDANNE	21174
GREASQUE	4392
JOUQUES	4 404
LA ROQUE D'ANTHERON	5 377
LAMBESC	9 991
LE PUY SAINTE REPARADE	5 830
LE THOLONET	2355
LES PENNES MIRABEAU	22 161
MEYRARGUES	3 830
MEYREUIL	5935
MIMET	4 187
PERTUIS	20 012
PEYNIER	3650
PEYROLLES-EN-PROVENCE	5223
PUYLOUBIER	1 783
ROGNES	4586
ROUSSET	5209
SAINT-ANTONIN-SUR-BAYON	125
SAINT-CANNAT	5 653
SAINT-ESTEVE-JANSON	372
SAINT-MARC-JAUMEGARDE	1247
SAINT-PAUL-LEZ-DURANCE	887
SIMIANE-COLLONGUE	5849
TRETS	10 678
VAUVENARGUES	1041
VENELLES	8 426
VENTABREN	5484
VITROLLES	35 532

Cette croissance démographique s'est accompagnée d'un développement économique majeur, avec le développement de plusieurs pôles économiques et une augmentation des demandes en publicités, préenseignes et enseignes.

A.1.2 | Contexte géographique et paysager

Le Pays d'Aix se caractérise par un relief marqué, la complexité de son système hydrographique ainsi que par la monumentalité de ses espaces naturels, agricoles et forestiers. Ces caractéristiques géophysiques ont contribué à structurer le développement du territoire au cours de l'histoire.

A.1.2.1 | Des reliefs structurants

Plusieurs massifs ont structuré le développement urbain au fil des siècles, constituant des points de repère marquants et des barrières naturelles à l'urbanisation :

- au sud : le massif du Régagnas (815 m), la chaîne de l'Étoile (700 m) et la terminaison de la chaîne de l'Estaque ;
- à l'est : la montagne Sainte-Victoire (1 011 m), emblème du relief du Pays d'Aix, entourée du plateau du Cengle (512 m) et du massif du Concors (779 m) ;
- à l'ouest : le plateau de l'Arbois (271 m), le massif des Quatre Termes et la chaîne de la Fare ;
- au nord : le massif de la Trévaresse (500 m), le massif des Roques et la chaîne des Côtes (480 m) et le Luberon.

Ce relief encadre de grands espaces agricoles productifs, situés en plaine (Val de Durance, haute vallée de l'Arc, Les Milles, etc.), en plateau (Puyricard) ou bien en piémont (coteaux du Luberon, coteaux de la chaîne des Côtes et de la Trévaresse, piémonts du Régagnas, piémonts Sainte-Victoire, etc.). A côté de ces grands reliefs structurants, des "micro-reliefs" ponctuent le territoire : collines, buttes et petits massifs boisés contribuent aussi à la diversité paysagère du Pays d'Aix et au maintien d'espaces de respiration entre les villes et villages.

SOCLE NATUREL DU PAYS D'AIX

- Reliefs boisés et massifs structurants
- Espaces agricoles en plaine et piémont
- Territoires artificialisés
noyaux villageois et extension,
habitat diffus, zones industrielles
et commerciales
- Réseau hydrographique
cours d'eau, principaux canaux,
zones humides
- Lignes de crêtes des
principaux reliefs
- Sommets des principaux massifs

Sources : BD Occupation du sol 2014, CRIGE PACA



A.1.2.2 | Des paysages emblématiques du Pays d'Aix

Le paysage est avant tout lié à notre rapport sensible au territoire, c'est une question de regard. L'art, et particulièrement la peinture, a permis la diffusion au grand public de ces représentations du paysage, créant ainsi les paysages pittoresques emblématiques d'aujourd'hui. Les représentations individuelles, sociales ou culturelles des paysages du Pays d'Aix ont une dimension symbolique forte pour ses habitants. Certains éléments du paysage du Pays d'Aix sont caractéristiques : ils participent à son identité, à la qualité du cadre de vie, par leur rôle dans la composition et la perception des espaces. Ces caractéristiques paysagères pittoresques, ces ambiances paysagères jouent avec nos émotions, nos sensations et nos représentations, créent un sentiment d'appartenance.

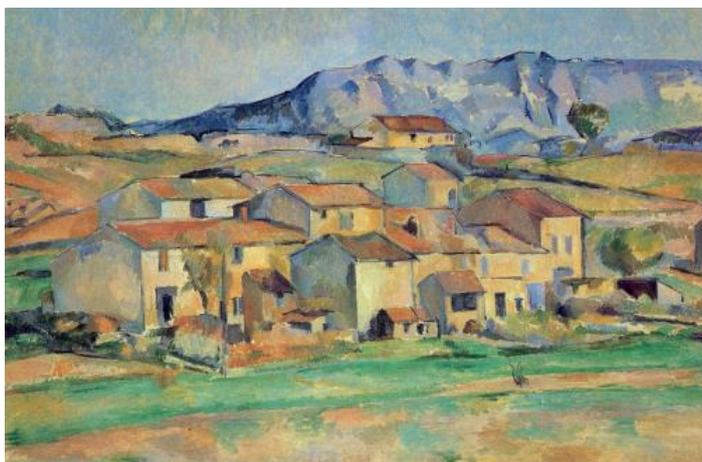
Les représentations symboliques du paysage : sainte-victoire comme emblème

Certains lieux ont acquis une valeur par le regard porté par un peintre (Cézanne et la Sainte-Victoire est de ce point de vue, un exemple emblématique dans la France entière) ou par l'émotion dont a su témoigner un poète, un romancier ou un cinéaste. Emblème majeur, la Sainte-Victoire en a acquis une valeur sociale et culturelle majeure en laquelle les habitants projettent une part importante de leur appartenance territoriale. Sa haute silhouette, perceptible depuis presque toutes les communes du Pays d'Aix, en fait un élément paysager fort de repérage pour tout un chacun et d'identification à un territoire commun. **Les vues sur la Sainte-Victoire depuis les centres bourgs, des routes ou les lignes de chemin de fer en acquièrent de ce fait une valeur particulière qui appelle une attention aux co-visibilités qui lui porteraient atteinte.**

Les paysages du Pays d'Aix sont une richesse culturelle majeure et font sa renommée. Ils sont un atout pour l'attractivité économique, touristique et pour la qualité de vie de ses habitants. C'est un potentiel en matière d'image, de visibilité et de lisibilité depuis l'extérieur, d'où l'importance de sa bonne gestion et de sa valorisation.

Un territoire de reliefs et de mise en scène du paysage

Certains éléments dans le paysage se détachent dans le panorama et attirent le regard. Ces signaux sont des éléments symboliques qui alimentent nos représentations du territoire. Très perçus depuis les points hauts mais également depuis les vallées, ils permettent de nous orienter, de nous repérer que ce soit dans l'espace urbain ou en périphérie. Ces éléments "signaux" sont pluriels, mélangeant patrimoine industriel, agricole (cheminées, volumes épurés des tours de la centrale thermique de Meyreuil, cimenterie, puits miniers, silo à grain...), patrimoine bâti ancien (châteaux, clochers...), ainsi que des grands équipements et infrastructures (viaduc, aqueduc). Ces repères visuels majeurs perçus depuis différents lieux du Pays d'Aix sont des marqueurs puissants, créateurs d'identité et de symboles forts pour les territoires.



▲ Le hameau de Payannet (Gardanne) et la Sainte-Victoire - Cézanne

Bien visible dans le grand paysage, l'extraordinaire masse minérale de la montagne Ste Victoire se détache du piédestal que forme le plateau du Cengle



Le massif du Régagnas



Le massif de l'Etoile



La Campagne aixoise

De nombreux éléments agrémentés, ponctuellement en séquentiellement, la richesse du paysage. Ces éléments de composition forment des caractéristiques paysagères pittoresques qui permettent de donner vie à la "campagne provençale".

Celle-ci se caractérise par une présence humaine ancienne liée à l'agriculture. Disséminée sur son territoire (bastides, fermes, mas...), elle lui confère le titre de campagne habitée et cultivée. Les bastides et domaines ordonnent toute une composition paysagère identitaire que l'on retrouve le plus souvent au premier plan de la "campagne provençale" : avec notamment ses arbres d'alignements (platanes ou cyprès), ses jardins comprenant, fontaines, mails, ... et bien sûr les champs pour la production, délimités par des haies ou des fossés. Ces paysages composent principalement les premiers plans visibles depuis les autoroutes, routes, sentiers et chemins qui parcourent le territoire du Pays d'Aix avec en toile de fond les grands reliefs et massifs boisés emblématiques. Ce sont des espaces ouverts qui donnent à voir, qui permettent à la vue de saisir des éléments de paysage proche comme lointain (grand paysage). Les trames végétales font aussi office de transition visuelle entre les limites parcellaires. Dans la basse vallée de la Durance, les haies parallèles brise-vent (peupliers, cyprès...) forment des trames bocagères qui structurent le parcellaire agricole.

Des éléments supports de la perception du paysage

□ Les points de vue, lieux de contemplation des paysages

Les points de vue sont des lieux de perception privilégiés sur les paysages, qui nous permettent de poser un regard sensible, de contempler et d'observer un territoire, afin d'en saisir les différentes dimensions et émotions. Leur rôle est essentiel dans la prise de recul et dans l'image que l'on se fait d'un territoire. Ils participent à la construction d'une identité collective, tout en renouant avec notre attachement personnel d'un lieu. Nombreux dans le Pays d'Aix, ces points de vue suscitent un grand intérêt pour les habitants et les touristes. Ils peuvent s'apparenter à des lieux singuliers comme le parvis d'une place de village mais également à des lieux plus emblématiques. Ils nécessitent parfois de prendre de la hauteur depuis des sommets, des monuments, des belvédères aménagés, des tours, des corniches, etc. Ils offrent de vastes panoramas sur les paysages naturels et agricoles, des perspectives sur les silhouettes des villes et villages avec leur clocher, ou encore sur les massifs emblématiques qui se découvrent en belles perspectives depuis les lointains.



Belvédère depuis la corniche du Roucas à Vitrolles



Point de vue à travers la végétation, Ventabren

□ Les routes et chemins ruraux à caractère pittoresque

Au-delà de sa fonction de desserte, le réseau routier du Pays d'Aix est une structure paysagère majeure du territoire qui a contribué à façonner les paysages. Il est le support d'une mise en scène des paysages vécus tous les jours par les habitants. Les axes routiers offrent des perspectives sur les éléments remarquables du paysage tels que les silhouettes des villages et les sommets des massifs. La route et ses abords deviennent une clé d'entrée pour sauvegarder ou mettre en valeur certains points de vue et panoramas.

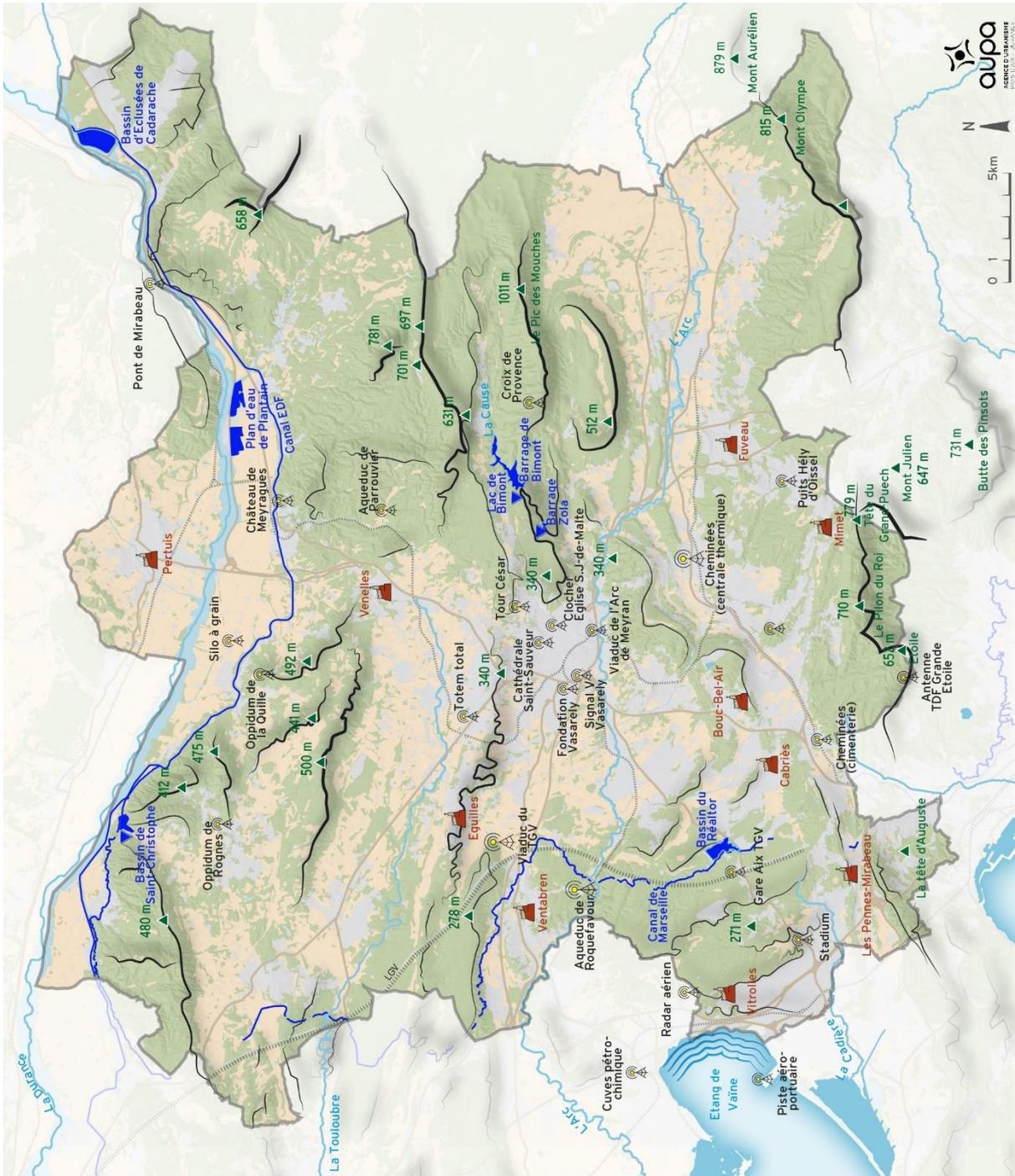
ZOOM sur la route Cézanne

Celle qu'on appelle aussi la petite route du Tholonet, la Route Cézanne (D 17) relie Aix-en-Provence et Le Tholonet vers la Montagne Sainte-Victoire. Longue de 4,6 km, elle reprend le parcours que le célèbre peintre provençal Paul Cézanne (1839-1906) empruntait pour se rendre dans la campagne provençale. Sinueuse et longeant le versant sud de Sainte-Victoire, elle offre des perspectives paysagères somptueuses. La Route Cézanne est la seule route de France classée Monument Historique, depuis 1959.

ELEMENTS DE COMPOSITION DU PAYSAGE

- « Signaux » paysagers
- Villages perchés
- Lignes de crêtes des principaux reliefs
- Sommets des principaux massifs
- Paysages d'eau artificiels (barrages, bassins, canaux à ciel ouvert)
- Reliefs boisés, massifs structurants et trame végétale
- Espaces agricoles en plaine et piémont
- Territoires artificialisés, urbanisés
- Trame hydraulique : cours d'eau, étang, lac, zone humide, ripisylve
- Frange littorale de l'étang de Berre

Source : BD Occupation du sol 2014, CRIGE PACA, SCOT Pays d'Aix, PLU communaux - Réalisation : AUPA



ELEMENTS SUPPORTS DE LA PERCEPTION DU PAYSAGE

-  Reliefs boisés et massifs structurants
-  Espaces agricoles en plaine et piémont
-  Territoires artificialisés, urbanisés
-  Trame hydraulique : cours d'eau, étang, lac, zone humide, ripisylve
-  Canaux à ciel ouvert
-  Frange littorale de l'étang de Berre
-  Lignes de crêtes des principaux reliefs
-  Cônes de vue
-  Sommets des principaux massifs
-  Route à forte fréquentation, support privilégié de découverte des paysages
-  Routes à caractère pittoresque

Source : BD Occupation du sol 2014, CRIGE PACA, SCOT Pays d'Aix



A.1.2.3 | Un patrimoine urbain identitaire

Des noyaux villageois inscrits dans le relief

Le Pays d'Aix est composé de petits villages typiques, qui sont le reflet d'une histoire culturelle riche. Constitués autour d'un château ou d'une église, les noyaux villageois, au tissu très serré de maisons de village, se composent autour de ruelles étroites et tortueuses reprenant les courbes du relief. Ils ont gardé, pour la plupart, leur aspect vernaculaire. Aujourd'hui indissociable du paysage provençal, la qualité de ces noyaux villageois provient d'abord de leur implantation traditionnelle, qui compose avec leur environnement et construit un paysage remarquable caractéristique de la campagne provençale. Ainsi, leur implantation se décline sous différentes formes : en hauteur (villages perchés), en piémont, en plaine ou sur un plateau. La qualité paysagère des villages historiques du Pays d'Aix s'appuie aussi en grande partie sur le maintien d'un écrin paysager non-bâti à leurs abords (socle agricole, masse boisée...) et du contact direct et harmonieux entre les fronts bâtis et une campagne préservée.

□ *Les villages perchés*

Plusieurs noyaux villageois se sont positionnés en hauteur sur des pitons rocheux, des buttes ou promontoires. Éguilles, sur la barre de Célony, Bouc Bel Air sur une butte du Montaignet, Venelles sur le massif de la Trévaresse, Mimet sur le massif de l'Étoile, Cabriès sur la butte calcaire « Le Piton », Ventabren, Fuveau, Vitrolles, Les Pennes-Mirabeau, ou encore Peynier. Ils sont perchés tels des forteresses, souvent entourés d'un glacis végétal qui met en avant leur patrimoine bâti. Ils ont connu un développement concentrique de l'habitat et l'orientation des façades créent un véritable front de fortification. Les noyaux villageois de Ventabren, de Cabriès, de Bouc Bel Air sont marqués par un relief escarpé et une végétation sur pente ou de l'activité agricole en contrebas venant créer un espace tampon. Le village de Mimet, perché sur une partie du massif de l'Étoile, surplombe le reste de son territoire communal. Éguilles, en bordure du plateau de Puyricard et sur la barre de Célony, a su également conserver un front bâti en contact direct avec les espaces agricoles et boisés.

Véritable point d'appel visuel, cette spécificité de formes bâties et d'architecture est un fort atout touristique pour le Pays d'Aix.

Des « cartes postales »

Si certains abords de villes, villages et hameaux anciens du Pays d'Aix ont été dénaturés par le mitage ou par des extensions urbaines peu maîtrisées, d'autres ont su conserver d'harmonieux fronts bâtis au contact direct d'une campagne intacte. La beauté des paysages naît du contraste entre les silhouettes bâties des villages et leur ceinture périphérique naturelle ou agricole. Cette organisation traditionnelle, quand elle a été préservée, a permis le maintien de paysages d'entrée de ville attractifs et identitaires.



□ *Les villages de piémonts*

D'autres noyaux villageois, comme Puyloubier, Rousset, ou Coudoux se sont implantés sur les piémonts des massifs. Leur front bâti est dense et régulier. Il semble être le plus souvent déroulé en bandes parallèles sur la pente. Ils sont bien visibles dans le paysage, en particulier depuis les infrastructures routières.

□ *Les villages en plaine ou sur plateau*

Les noyaux implantés sur une plaine ou un plateau, comme Saint-Cannat, Lambesc ou Les Milles, présentent la caractéristique d'être peu perçus, exceptés quelques éléments comme les campaniles et les clochers qui apportent de la verticalité dans le paysage.



▲ Jouques



▲ Saint-Cannat

Les centres historiques

Certaines implantations urbaines se sont développées de manière conséquente sur le territoire. Le Pays d'Aix compte cinq centres urbains historiques notoires : Aix-en-Provence, Gardanne, Lambesc, Pertuis et Trets. Le centre historique est le résultat d'une organisation urbaine spontanée qui caractérise la ville médiévale. Il est compris à l'intérieur du périmètre des anciens remparts. C'est le produit d'un urbanisme de marchands et d'artisans, de multiples initiatives individuelles et de techniques artisanales qui engendrent une organisation quelque peu désordonnée. Le centre historique allie les fonctions résidentielles, de services et touristiques en concentrant des équipements publics et une importante activité commerciale. Ces centres anciens sont remarquables à plusieurs titres : à la fois pour leur composition urbaine générale (morphologie et forme urbaines) et pour l'importance des éléments et sites patrimoniaux qu'ils recèlent. Le tissu urbain des centres historiques est dense et continu. Leur aspect médiéval, avec un tissu urbain organisé autour de ruelles étroites et tortueuses, contribue à leur caractère remarquable. Les voiries, étroites et sinueuses, s'organisent en épousant les courbes de niveaux.

Par ailleurs, ces centres anciens accueillent des éléments et ensembles patrimoniaux de grande qualité, tels que les églises, les places, les cours, les fontaines, les bâtiments municipaux, etc. Ils sont pour la plupart protégés par différents outils (PSMV, AVAP, Monuments Historiques, etc.)

ZOOM sur le centre historique aixois : Aix-en-Provence rayonne dans le monde essentiellement par son centre historique. L'identification de la ville actuelle à la ville des XVIIe et XVIIIe siècles est très forte en termes d'image : Cours, demeures bourgeoises, hôtels particuliers, fontaines, ruelles ombragées... C'est un ensemble urbain dense, bâti et rebâti au cours des siècles, pour former un ensemble particulier qu'est le centre ancien : Jusqu'à la fin du XVIIIe siècle, la ville est circonscrite dans ses fortifications. Au XIXe siècle, les remparts sont peu à peu démolis, l'extension du quartier Mazarin est réalisée et des faubourgs voient le jour aux abords immédiats de la ville. Le XXe siècle et tout particulièrement ces quarante dernières années transforment cette entité dans son paysage immédiat et lointain. Le périmètre du secteur sauvegardé d'Aix-en-Provence correspond à l'intégralité de la ville de 1646. Il se découpe dans le paysage urbain, par son anneau végétal formé par les boulevards.

Le centre historique de la ville d'Aix-en-Provence est porteur d'image et de renommée très forte, sa mise en valeur est un enjeu à l'échelle du Pays d'Aix et de la Métropole.



▲ Ruelle en centre de Gardanne



▲ Ruelles du centre-ville de Lambesc



▲ Centre de Pertuis



▲ Centre de Trets

Les faubourgs

Propagée de manière spontanée le long des voies d'accès aux centres historiques et aux noyaux villageois, les faubourgs se sont développés au-delà des remparts notamment à partir du 18^e et 19^e siècle. Ces ensembles ont dessiné une première couronne urbaine qui se compose principalement de parcelles étroites, sans recherche de constitution d'îlot, avec des constructions pouvant aller jusqu'à quatre niveaux. L'implantation des bâtiments en mitoyenneté et à l'alignement des voies génère un front bâti homogène.

Les hameaux

Dans les campagnes environnantes, des petits groupes d'habitations rurales se sont ainsi construits à l'écart des villages, créant des hameaux. De petite dimension, ne regroupant que quelques constructions, les hameaux présentent généralement des constructions mitoyennes, alignées à un espace public, ce qui leur confère une densité relativement importante. La maison de ville se décline ainsi au village et au hameau, en conservant ses caractéristiques principales de hauteur (R+1 ou R+2) de continuité et d'alignement. Ces ensembles se sont souvent construits autour d'un édifice (église, ferme, château) et d'un espace public structurant. Au fil du temps, les hameaux ont évolué de plusieurs façons. Certains ont été rattrapés par l'extension urbaine et se trouvent désormais englobés dans l'urbanisation ou dans un continuum urbain (ex : le quartier du pont de l'Arc à Aix-en-Provence). D'autres ont connu des extensions sous forme de pavillonnaires (ex : les villages de Luynes et de Puyricard, Calas) et/ou d'activités économiques (ancien hameau Plan de Campagne), parfois sans rapport avec leur configuration d'origine et leur relation aux paysages agricoles. Enfin, certains hameaux sont toujours situés dans des espaces agricoles et n'ont pas connu d'extension conséquente (ex : La Mérindole à Aix-en-Provence).

Les grandes installations liées à l'exploitation minière

Si l'exploitation débute aux XV^e - XVI^e siècle, l'activité minière prend réellement son essor à partir du XIX^e siècle. L'activité s'organise, des concessions sont créées et les mines s'industrialisent. Des puits verticaux sont creusés et l'installation de machines permet d'améliorer les rendements. Beaucoup d'installations ont été démantelées, mais plusieurs éléments témoignent encore de ce passé minier. Ces grands sites industriels sont devenus des marqueurs forts tant paysagers qu'identitaires ; à l'instar de la cheminée de la centrale de Gardanne-Meyreuil, l'usine de ciment Lafarge à Bouc Bel Air ou encore l'usine d'alumine à Gardanne.

Pour loger les ouvriers et salariés de l'industrie minière, un nouveau type d'habitat est créé : les cités minières. Ces ensembles de logements sont réalisés à proximité des sites d'exploitation tels que les cités Salonique et Casablanca à Gardanne, ou encore les cités Nord et Sud à Gréasque. Par leur organisation et leur vocation initiale, elles constituent une forme urbaine à part entière, mêlant parfois habitat collectif et habitat individuel. Implantées de manière très géométrique, les maisons, construites à l'identique, sont très souvent mitoyennes et respectent un alignement, en dégageant un espace de jardin à l'avant.

A.1.2.4 | Des formes urbaines au XIXème et XXème siècles en rupture avec le passé

Malgré un léger ralentissement sur la période récente, la forte dynamique démographique attestée entre les années 1960 à 1990 s'est traduite par un éclatement de l'urbanisation sur le territoire. Cette évolution rapide a eu des conséquences multiples sur les paysages au même titre que la forte croissance économique : développement résidentiel en périphérie des centres, étalement d'habitat diffus en campagne, création d'activités le long des axes routiers et de certaines entrées de ville...

L'émergence de la périurbanisation et des tissus urbains à dominante d'habitat individuel

Le milieu des années 1970 marque le début de la périurbanisation. Le développement de l'habitat individuel, amorcé dans les années 1930 comme à Aix avec les premiers lotissements du Pignonnet et des Fenouillères, s'intensifie très fortement et se généralise à l'ensemble des communes. Réalisé le plus souvent en rupture avec la structure villageoise et les formes urbaines traditionnelles compactes existantes, l'habitat individuel fait généralement fi des caractéristiques paysagères et géomorphologiques (pentes, champs, boisements...).

L'étalement urbain des périphéries sous forme d'habitat individuel s'est essentiellement constitué au gré des opportunités foncières et s'est développé sous forme de poches plus ou moins continues avec les centres historiques, aussi bien sur les versants et les crêtes des collines boisées que sur les espaces agricoles en plaine. Avec cette forme d'urbanisation le paysage traditionnel de « campagne provençale » s'est transformé peu à peu en paysage périurbain de campagne. Ces tissus urbains à dominante résidentielle en périphérie des villes et villages bénéficient cependant encore des paysages emblématiques du Pays d'Aix en toile de fond avec notamment des reliefs et massifs boisés. Ces espaces urbains offrent toujours des vues sur des éléments de paysage proches comme lointains. Les trames végétales font aussi office de transition visuelle entre les limites parcellaires.

Aujourd'hui ces espaces représentent des tissus et paysages urbains dans lesquels résident et travaillent quotidiennement la majorité des habitants du Pays d'Aix. Ces zones correspondent à des quartiers à dominante résidentielle, à la fois proches des centres anciens et des espaces naturels et agricoles. Comme dans les centres, ces quartiers périurbains font l'objet d'aménagement pour y faciliter et sécuriser les mobilités douces ainsi que les déplacements en transport en commun. La pratique d'une ville plus apaisée s'étend ainsi au-delà des centres urbains pour que ces espaces résidentiels du quotidien bénéficient également d'un cadre de vie plus agréable où la vitesse de circulation des voitures notamment est de plus en plus contrainte.

Les ensembles d'habitat collectif

L'après-guerre a en effet été marqué par une accélération des flux migratoires, notamment de la campagne vers la ville. A partir des années 1950, les premiers ensembles d'habitat collectif apparaissent sur le territoire du Pays d'Aix. Fruits d'une industrialisation des techniques de construction, ces opérations de grande ampleur sont en rupture d'échelle avec le tissu urbain traditionnel. La période des grandes opérations d'habitat collectif débute à Aix-en-Provence avec le programme des 200 logements de l'architecte Fernand Pouillon implanté à proximité de la route des Alpes. D'autres opérations ont été initiées à la suite comme la Cité Corsy (1960), la Cité Beisson (1961- 1962), la ZUP d'Encagnane (1968), ou encore la ZAC Jas de Bouffan (1973). Avec le développement de la ville nouvelle de Vitrolles, la commune a particulièrement été concerné par le l'implantation des quartiers de grands ensembles (quartiers des Pins et de la Petite Garrigue).

Le développement de zones dédiées aux activités économiques

Le développement de l'automobile a eu des conséquences sur l'organisation des centralités en Pays d'Aix. Les centres historiques, mal adaptés au trafic automobile, ont progressivement perdu leurs services et leurs

commerces, au profit de nouveaux pôles installés en périphérie et bien desservis par le réseau routier. De grandes zones d'activités économiques mixtes ont ainsi émergé à la périphérie des villes.

Ces grands pôles périphériques structurent aujourd'hui le territoire à l'échelle métropolitaine. Ils accueillent de nombreux emplois, des commerces et des équipements au service des villes existantes. L'intégration paysagère et l'organisation interne de ces zones d'activités est un véritable enjeu. Il est nécessaire de requestionner leur lieu d'implantation à une échelle plus large, en raison de leur consommation d'espace et de leur impact sur le paysage.

Véritables pôles de vie, ces paysages du « quotidiens » doivent faire l'objet d'une attention particulière d'un point de vue de la qualité du cadre de vie et de l'image du territoire : en particulier au niveau des entrées de ville et zones commerciales où se concentrent généralement l'affichage publicitaire.

A.1.2.4 | Un patrimoine bâti remarquable

Le territoire du Pays d'Aix est ponctué d'éléments marqueur du paysage. C'est le cas en particulier du patrimoine du génie civil. Les anciens aqueducs (ex : Roquefavour), les ponts (Saint Pons, les Trois-Sautets, le pont suspendu de Pertuis ...) sont autant de trames linéaires construites, des objets architecturaux qui impriment leur présence dans le paysage en symbolisant le « lien ». S'opposant généralement aux lignes de force du relief pour les franchir, ils soulignent voire subliment les sites traversés, à l'image du pont de Saint Pons qui marque un « trait d'union » entre les deux rives de l'Arc. Comme ceux d'hier, les ponts d'aujourd'hui peuvent sublimer les paysages qu'ils traversent, à l'image du viaduc du TGV dont le graphisme élégant s'insère visuellement dans la plaine traversée malgré sa hauteur (24m).



Le Pays d'Aix se distingue par un nombre très important de Monuments Historiques inscrits ou classés, dans et en dehors des agglomérations (cf périmètres réglementaires spécifiques). Ce sont des bâtiments ou des sites reconnus et protégés au titre du patrimoine. Certains d'entre eux, de par leur taille monumentale, ont une portée visuelle et un impact majeur dans l'identité et la perception des qualités paysagères des villes ou villages dans lesquels ils se trouvent.

De par leur taille notamment, mais également au regard de leur valeur architecturale et historique et de leur emplacement stratégique dans des lieux centraux ou emblématiques qui accroissent leur visibilité, ces monuments historiques « monumentaux » sont des éléments marquants du paysage urbain et culturel du Pays d'Aix. Cette sensibilité se joue à proximité immédiate du monument historique mais également le long de certaines voies composant un axe de perception visuelle sur celui-ci. Il s'agit par exemple de la Cathédrale Saint-Sauveur, l'Eglise Saint-Jean-de-Malte, encore la fondation Vasarely à Aix-en-Provence, l'Eglise Notre-Dame de-La-Roque à Jouques, l'église Notre-Dame de L'assomption à Lambesc, l'Eglise Saint-Julien, le château à Eguilles, l'Eglise Saint-Nicolas à Pertuis, etc....

L'ensemble de ces éléments de patrimoine est à intégrer dans les réflexions du RLPi, au regard de l'impact que peut engendrer l'affichage publicitaire et des enseignes de faible qualité aux abords de ces monuments et ensembles bâtis.

A.1.3 | Contexte viaire

A.1.3.1 | Le réseau structurant du Pays d'Aix

Le Pays d'Aix est traversé par un réseau routier structurant majeur :

- **L'autoroute A8**, qui traverse le territoire d'Ouest en Est, reliant la vallée du Rhône (via l'A7), Aix-en-Provence et la Côte d'Azur (Cannes, Nice).
- **L'autoroute A51**, qui traverse le territoire du nord au sud, reliant la vallée de la Durance (Gap, Sisteron, Pertuis) à Marseille, via Aix-en-Provence.
- **L'autoroute A52**, qui relie Aix-en-Provence à Aubagne et Toulon (via l'A8).
- **L'autoroute A7**, qui relie les communes de l'Etang de Berre à Marseille, via Vitrolles, Les Pennes Mirabeau.
- **La N296** qui relie le nord et le sud de l'autoroute A51 au niveau d'Aix-en-Provence.
- **La D6** qui dessert les communes de Bouc-Bel-Air, Simiane-Collongue, Gardanne, Meyreuil, Fuveau, Rousset, Peynier, Trets.
- **La D9** qui relie le centre d'Aix-en-Provence aux pôles d'activité des Milles/ La Duranne, la gare TGV et Vitrolles.
- **Les D20 et D113**, desservant les communes de Vitrolles et des Pennes Mirabeau.

Les autoroutes A55, A551, A552 et A515 traversent également le territoire sur son extrémité sud, au niveau des Pennes Mirabeau et de Bouc-Bel-Air.

Le maillage routier secondaire est composé majoritairement de routes départementales et nationales.

- **La D7n** qui relie le territoire d'Est en Ouest, traversant les communes de Lambesc, Saint-Cannat, Aix-en-Provence, Meyreuil, Le Tholonet, Châteauneuf-le-Rouge, Rousset, Puyloubier, Trets.
- **La D10** qui relie Aix-en-Provence à Ventabren, et qui se poursuit en direction des communes de l'Etang de Berre.
- **La D556** qui relie Venelles à Pertuis

Les autres voies secondaires les plus structurantes sont :

- La D561, qui longe la Durance et relie Jouques à Peyrolles-en-Provence, puis Meyrargues à La Roque d'Anthéron, via Le Puy Sainte Réparate et Saint-Estève Janson.
- La D15, qui relie le Puy-Sainte-Reparate, Rognes et Lambesc.
- La D543, qui relie la D561 à Rognes, Eguilles, Les Milles/La Duranne, Cabriès.
- La D973, qui traverse la commune de Pertuis d'Est en Ouest, reliant les communes du nord de la vallée de la Durance (hors Pays d'Aix)
- La D7, qui relie Les Milles/La Duranne à Gardanne.
- La D8, qui relie Bouc-Bel-Air, Simiane-Collongue, Mimet.
- La D96, qui contourne la commune de Fuveau, via le quartier des Cadeneaux.
- La D47D, qui relie Les Pennes Mirabeau à Marseille (voie métropolitaine).
- La D17 qui relie Aix à Puyloubier en passant par le Tholonet

Chaque jour, près de **1 228000 déplacements** sont réalisés en lien avec le bassin et se font très largement en interne (79%, soit près d'un million). Les principaux échanges entre bassins de proximité se font depuis ou à destination du centre d'Aix-en-Provence, avec des relations particulières avec Aix-en-Provence- Puyricard et avec Aix-en-Provence

Les Milles - la Duranne qui représentent **100 000 échanges quotidiens**. Toutefois, d'autres flux plus ou moins importants existent entre les autres bassins, notamment entre celui de Gardanne avec la haute vallée de l'Arc et avec Aix-les Milles-La Duranne. Sur les 261 000 échanges extérieurs avec les autres bassins de la Métropole, 37% se font avec le bassin de Marseille, en particulier ses secteurs centre et nord. **Le corridor Marseille-Aix-en-Provence représente ainsi l'un des trois principaux corridors de mobilité à l'échelle métropolitaine**, engendrant de nombreux déplacements automobiles et de la congestion. Le bassin de Vitrolles-Marignane est le second bassin d'échange avec près de 25% des flux. Les échanges avec les bassins de Salon-de-Provence (10%), d'Aubagne (10%) et Martigues – Fos – Miramas (3%) sont donc plus modestes. Il est important de noter l'existence d'échanges hors Métropole (14%) avec le Vaucluse autour de Pertuis et l'Ouest Varois.

Le développement du Pays d'Aix s'est ancré en partie au regard du relief et des grandes voies de communication qui le traverse comme les axes autoroutiers (A51 des Alpes à Marseille, A8 vers le Var et Nice, D9 vers Vitrolles, D6 dans le bassin minier de Gardanne...) et ferrés (vers Pertuis et Marseille). Le développement urbain de ces 50 dernières années a également été marqué par la création de plusieurs pôles économiques périphériques, ayant un fort impact sur les déplacements : au Sud d'Aix-en-Provence le Pôle d'Activités d'Aix-en-Provence (PAAP), la Duranne et le Technopole de l'Arbois, la Zone Industrielle de Rousset-Peynier-Fuveau et le CEA de Cadarache et ITER dans la vallée de la Durance. Le bassin aixois est aussi marqué par une fréquentation touristique importante, aussi bien dans les villes et villages, que dans les espaces naturels avec en particulier le Grand Site Concors Sainte-Victoire qui est fréquenté par plus d'un million de personnes chaque année.

Au regard de l'importance de la voiture dans les modes de déplacement, la perception du paysage et de l'affichage publicitaire depuis les axes routiers structurants constitue l'un des enjeux majeurs du RLPi.

Une attention devra donc être portée sur :

- Les entrées de territoire en sortie d'autoroute,
- Les axes de flux quotidiens majeurs,
- Les axes touristiques.

A.1.3.2 | Gares

Le territoire est desservi par plusieurs lignes ferroviaires, dont la principale est la ligne TGV Paris-Marseille. La Gare TGV d'Aix se situe entre les communes d'Aix-en-Provence et de Vitrolles.

La ligne TER Marseille-Aix-en-Provence-Pertuis dessert quant à elle les communes de Simiane-Collongue et Gardanne.

Les gares TGV et TER d'Aix-en-Provence constituent des portes d'entrée majeures du territoire. **La perception du paysage depuis ces nœuds de fréquentation constitue un des enjeux du RLPi.**

Réseau viaire du Pays d'Aix



0 2,5 5 km

Source: INPN, Atlas du patrimoine, DGFP 2021

A.1.4 | Contexte économique

A.1.4.1 | Les pôles d'activités du territoire

Le Pays d'Aix compte **95 zones d'activités économiques** réparties sur près de 3 000 hectares. Elles accueillent environ 6 300 entreprises.

Les principales zones commerciales ou mixtes

Avec **14 800 établissements relevant du commerce**, le Pays d'Aix concentre 25% des commerces de la métropole, 32% des grandes et moyennes surfaces qui se concentrent sur ce territoire (pour 21% de la population). La spécificité du territoire, c'est son niveau d'équipements en Grandes et Moyennes Surfaces bien plus élevé qu'en moyenne dans la métropole (1197m² pour 1000 habitants contre 771 AMP).

La structure de l'offre en ventilation des cellules commerciales est très proche de celle de la métropole. Seule différence notable, l'importance des services non commerciaux sur le territoire, à savoir banques, assurances, agences immobilières, agences d'intérim. Sur les GMS, l'offre est beaucoup plus fournie, quel que soit le type de commerce considéré. L'offre alimentaire ne représente que 32% des surfaces de vente du grand commerce contre 40% dans la métropole. Pour autant, la densité de m² alimentaires en GMS pour 1 000 habitants est quand même plus élevée en Pays d'Aix qu'ailleurs ce qui révèle en creux la très forte polarisation des grandes et moyennes surfaces dans toutes les familles de produits sur le Pays d'Aix. Les densités sont ainsi particulièrement fortes sur le bricolage ou l'équipement de la maison qui constituent les familles de produits les plus massivement implantées en zones périphériques.

Sur les 18 pôles polarités commerciales principales de la métropole, 6 sont en Pays d'Aix, à commencer par Plan de Campagne et Grand Vitrolles qui génèrent chacun un chiffre d'affaires supérieur au centre-ville d'Aix-en-Provence et comptent parmi les quatre principales zones commerciales périphériques de la métropole.

Les chiffres d'affaires générés par chacun des pôles commerciaux du territoire donnent une lecture de l'armature commerciale du Pays d'Aix : 3 pôles majeurs à Aix-en-Provence, Plan de Campagne et Vitrolles, deux pôles d'importance à Gardanne et Pertuis et une offre plus axée sur la proximité dans les autres communes, avec une densité relativement élevée à Lambesc, Venelles, Meyrargues, Rousset et Trets.

De par leur nature et leur positionnement, les espaces à vocation commerciales ou mixte regroupent des enjeux relatifs à l'affichage publicitaire, aux préenseignes et aux enseignes.

□ *Aix-en-Provence : une grande complémentarité de l'offre entre centre et périphérie*

Avec un chiffre d'affaires global de 957 M€, la ville d'Aix-en-Provence dans son ensemble s'affirme comme la principale polarité commerciale du Pays d'Aix. Le premier élément marquant dans son armature commerciale est l'existence d'une offre de centre-ville dense et variée qui constitue la première polarité commerciale de la commune. Le centre-ville est ainsi bien positionné pour les achats du quotidien, les vêtements, les biens culturels, l'optique et la parfumerie ou encore les services comme la coiffure ou les soins esthétiques. C'est une offre variée, avec plutôt de petites cellules commerciales dans le centre ancien et une offre adaptée aux moyennes surfaces aux allées provençales.

Le Pôle d'Activités d'Aix-en-Provence s'organise en différents quartiers, correspondant à ses phases successives d'expansion, et s'étend sur 600 hectares. Il comprend La Pioline, le Technopôle de l'Arbois, Le Tourillon, l'Aérodrome, ainsi que les pôles d'activités de La Duranne, des Milles et de L'Enfant. **La zone de La Pioline** est globalement sur ce qui caractérise une offre de zone commerciale : de grandes surfaces alimentaires, qui assurent la réponse aux achats hebdomadaires et quotidiens, et de grandes et moyennes surfaces spécialisées dans l'ameublement, le bricolage, le jardinage et le sport.

Le pôle commercial du Jas de Bouffan est beaucoup plus spécialisé. Il génère 14 % du chiffre d'affaires des commerces aixois mais 26% pour ce qui est des achats hebdomadaires (hypermarché) et 14% sur les vêtements chaussures avec sa galerie marchande notamment.

La catégorie « hors pôle » correspond largement à une réponse aux besoins courants (achats hebdomadaires et du quotidien). Il s'agit là d'une offre en petites et moyennes surfaces qui irrigue les quartiers de la ville.

Les autres polarités aixoises des Milles, de Luynes et de Puyricard pèsent peu dans l'offre de la commune. A noter également que l'offre commerciale est très limitée sur le Pôle d'Activités d'Aix-en-Provence : les commerces et services présents répondent avant tout à la satisfaction des besoins des actifs qui y travaillent.

L'équipement commercial aixois est varié : la complémentarité de son offre, entre commerce de centre-ville, zone commerciale (la Pioline) et polarités secondaires de quartier (Le Jas de Bouffan notamment), lui permet de satisfaire la plupart des besoins de ses habitants. Ainsi, l'appareil commercial aixois rayonne sur le territoire institutionnel et vécu qu'est le Pays d'Aix, mais ne déborde que très peu sur ses franges.

□ *Plan de Campagne : un positionnement métropolitain*

Situé entre les communes de Cabriès et des Pennes-Mirabeau, Plan de Campagne est la principale zone commerciale de la région, concentrant 409 entreprises et près de 4 600 emplois. La zone propose une surface de vente de 220 000 m². Elle génère près d'un quart du chiffre d'affaires du Pays d'Aix. Son offre est très importante quel que soit le type de biens recherché, la zone offrant à la fois des grandes surfaces alimentaires, des grandes surfaces spécialisées, du petit commerce en galerie marchande, de la restauration, des loisirs.... Cependant, les achats quotidiens ou hebdomadaires qui génèrent près de la moitié du chiffre d'affaires à l'échelle du Pays d'Aix ne pèsent ici que pour 23%. C'est essentiellement pour les achats occasionnels ou exceptionnels (équipement de la maison et bricolage / jardinage, vêtements et biens culturels) que son offre se distingue. Cette gamme de produits génère une attractivité lointaine, ce qui entraîne une très large zone de chalandise de Plan de Campagne. En effet, il s'agit du pôle commercial le plus rayonnant, sa zone de chalandise, touchant environ 600 000 habitants, couvre l'ensemble du Pays d'Aix, les communes de l'est de l'étang de Berre, le Sud Luberon et se limite, pour Marseille, aux quartiers Nord. Si le commerce demeure la principale spécificité de cette zone, sa vocation ludique s'affirme de plus en plus au fil du temps, avec la création de salles de spectacles, d'un complexe cinématographique et de nombreux restaurants.

□ *Vitrolles : la zone commerciale comme unique polarité d'envergure*

La situation de la commune de Vitrolles est très atypique. La zone commerciale est accolée aux quartiers résidentiels et constitue de loin le principal pôle commercial de la ville : 80 % du chiffre d'affaires généré par le commerce vitrollais provient de commerces qui y sont implantés. Ainsi, Vitrolles est une zone commerciale au même titre que Plan de Campagne, mais la typologie de son offre diffère avec notamment une réponse plus forte aux besoins courants (achats hebdomadaires). Sa grande spécificité est sur le mobilier, un chiffre d'affaires généré avant tout par le magasin Ikea. La présence d'une galerie marchande autour de l'hypermarché explique aussi la part notable du segment « vêtements chaussures ». Avec cette offre variée, la zone domine sur tous les segments du marché et ne laisse que peu de places aux autres polarités. Le centre-ville, qui correspond au centre urbain de Vitrolles, ne génère que 5% du chiffre d'affaires. Sa fréquentation se limite à la satisfaction d'une petite partie des achats du quotidien et il assure également quelques services de type coiffure esthétique. La catégorie « hors pôles » correspond à l'offre plus diffuse située dans les différents quartiers de la ville. Ces commerces assurent des fonctions de proximité sur les achats quotidiens et hebdomadaires et des services aux habitants, là encore dans la famille « coiffure esthétique ».

L'aire de chalandise de Vitrolles révèle un fonctionnement territorial particulier : l'équipement vitrollais sert avant tout les habitants des rives de l'étang de Berre, jusqu'à Salon-de-Provence et Martigues. Son influence sur les communes du Pays d'Aix se limite à quelques communes à proximité immédiate de ce pôle commercial. Son attractivité est aussi liée à la présence d'Ikea, le plus ancien de la région, qui reste un équipement commercial très fréquenté.

□ *Un maillage commercial secondaire répondant en premier lieu aux besoins les plus courants des habitants*

En dehors des trois pôles de rayonnement métropolitain d'Aix-en-Provence, Plan de Campagne et Vitrolles, les autres pôles structurants du territoire sont beaucoup plus tournés vers la proximité. Les achats quotidiens et hebdomadaires génèrent entre 60 et 96% du chiffre d'affaires et le bon maillage de cette offre sur l'ensemble du

territoire favorise des déplacements plutôt courts pour ces achats réguliers, avec toutefois quelques spécificités selon les communes :

- Après Aix-en-Provence et Vitrolles, c'est à Pertuis que la concentration de l'offre sur les besoins courants est la plus forte. La zone commerciale présente une offre diversifiée avec un poids notable de l'offre vestimentaire et du bricolage notamment. Pertuis rayonne ainsi sur le Val de Durance et une partie du Sud Luberon.

- À Bouc Bel Air, 42% du chiffre d'affaires tient aux articles de sport. C'est la présence de l'enseigne Décathlon dans le secteur des Chabauds qui explique cette situation et qui génère une zone de chalandise assez large.

- À Venelles, où l'offre est aussi majoritairement dans une zone commerciale, le bricolage jardinage génère une part non négligeable du chiffre d'affaires (nombreuses jardineries). Ailleurs, l'offre est très majoritairement tournée vers les achats quotidiens et assure donc la satisfaction des besoins les plus habituels.

Zoom sur la zone d'activités de Pertuis :

Pertuis, polarité majeure du Sud Luberon, a connu un succès économique rapide avec le développement de son pôle d'activités. Celui-ci a permis de renforcer le tissu productif de la commune mais aussi son niveau d'équipement commercial.

La zone d'activités se déploie de part et d'autre de la route principale (D956), en entrée de ville. Ce positionnement a favorisé le développement du commerce de détail et la zone est devenue le principal espace commercial de Pertuis. Les parties les plus anciennes, à proximité du Pont de la Durance sont celles où le tissu urbain est le plus lâche et les espaces publics les moins bien aménagés. C'est un vaste espace économique qui demeure diversifié bien que les implantations les plus récentes ont surtout concerné les secteurs du commerce et des services. Il concentre 2 077 emplois en 2011 et 354 entreprises. À l'exception du nord de la ZAC Saint-Martin qui affiche une vocation clairement commerciale, les autres secteurs sont plus mixtes.

Zoom sur le pôle d'activités de Venelles :

Le pôle d'activités de Venelles s'étend le long de la N96, du quartier des Logissons jusqu'à celui des Cabassols. Sa commercialisation, entamée au début des années 1970 s'est poursuivie jusqu'à aujourd'hui et le pôle, bien que d'un seul tenant se compose d'espaces très divers. Les parties les plus anciennes, en entrée de ville, restent à vocation industrielle alors que les zones les plus proches du centre ont plutôt une vocation commerciale et bénéficient d'aménagement de plus grande qualité... Il accueille près de 400 entreprises générant plus de 2 000 emplois et affiche un dynamisme soutenu (plus 800 emplois depuis 2004). La croissance récente a été portée par le développement des activités de service et de commerce, mais le pôle présente toujours une grande diversité économique. Il s'est fortement densifié au cours des dernières années, avec une offre nouvelle essentiellement tertiaire, dans la partie la plus centrale (quartier de la gare). Venelles, comme Pertuis, dispose d'une vaste zone d'activités qui a fixé de nombreuses entreprises et concentre une part importante de l'offre commerciale du bassin. La zone d'activités de Venelles présente cependant la particularité d'être complètement imbriquée dans le fonctionnement urbain en occupant un espace central, à vocation commerciale et même culturelle, entre les différents quartiers de la commune.

Les principales zones d'activités tertiaires et industrielles

Les zones d'activités à vocation tertiaire/industrielles regroupent plutôt des enjeux relatifs aux enseignes et à la signalétique type préenseignes.

□ *Le pôle d'activités de Vitrolles*

Vitrolles est le troisième pôle industriel du Pays d'Aix. Ces espaces d'activités concentrent 2 700 emplois industriels.

Les Estroublans : La zone industrielle des Estroublans est la plus ancienne des zones d'activités du département mais aussi l'une des plus vastes avec une surface de 296 hectares. Elle accueille près de 9 200 emplois en 2011. Elle occupe une position stratégique au cœur de la métropole qui contribue à son rayonnement économique. C'est, après le pôle aixois, la deuxième zone économique du Pays d'Aix. Malgré son succès économique, la zone est un espace vieillissant, en partie dégradé et mal relié à la ville. La zone des Estroublans est très diverse dans son occupation. L'industrie côtoie la logistique, le commerce de gros, le BTP et des activités de service à l'industrie.

L'Anjoly : D'une surface de 94 hectares, l'Anjoly compte plus de 2 800 emplois en 2011. C'est l'un des principaux sites logistiques du Pays d'Aix. Plus encore que les autres espaces d'activités de Vitrolles, elle bénéficie d'une excellente accessibilité en étant directement reliée à l'autoroute. La zone s'est diversifiée avec le temps et propose aussi bien de grands lots destinés à la logistique ou au commerce de gros que de petits ensembles tertiaires, le long de la voie centrale.

Couperigne / Aéroport : La zone de Couperigne/Aéroport, traversée par la D20, est adossée au relief et à ligne SNCF à l'est et occupée par la zone aéroportuaire dans sa partie ouest. Le secteur de Couperigne et celui de l'aéroport regroupent chacun une quarantaine d'entreprises pour environ 700 emplois. Elles travaillent pour la plupart avec les deux grands donneurs d'ordre du secteur que sont l'aéroport et Eurocopter. Les trois fonctions économiques majeures qui se dégagent sur la zone sont les services aux entreprises, la logistique et l'hébergement. Un projet de requalification d'ensemble est à l'étude, portant sur la zone des Estroublans et celle de Couperigne.

□ *Le pôle industriel de Rousset - Peynier - Fuveau*

La zone de Rousset - Peynier - Fuveau est le second **pôle industriel** du Pays d'Aix, avec environ 4 000 emplois industriels et près de 7 000 emplois au total, pour 122 entreprises. Les emplois se concentrent dans le secteur de la microélectronique et son principal donneur d'ordres, St Microelectronics (3 200 salariés). Parallèlement, une diversification des activités industrielles s'est engagée sur la zone, avec le développement des technologies vertes et du photovoltaïque notamment, deux filières en devenir à forte intensité technologique.

□ *Gardanne - Meyreuil : un territoire industriel en mutation*

Le secteur de Gardanne – Meyreuil se compose de plusieurs sites industriels historiques en mutation. Actuellement, le site de la Centrale de Provence Gardanne/Meyreuil fonctionne en continu avec de la biomasse (bois-énergie) et, pour répondre aux besoins de pointe avec une partie charbon qui devra fermer et constitue un projet de reconversion. Sur la zone de la Mine/Chapus, ancienne exploitation minière, la fermeture de la mine a entraîné l'apparition de friches industrielles. Dans ce périmètre, deux hectares ont été réhabilités pour implanter la pépinière d'entreprises innovantes « Michel Caucik » et une nouvelle zone communautaire a vu le jour, « le Carreau de la Mine », sur un site de 10 hectares lui aussi réhabilité. Enfin, le site minier du Puit Morandat est également en pleine reconversion depuis 2016 et a pour objectif de créer 1000 emplois directs et plusieurs centaines d'emplois induits. Sur un site de 14ha, il prévoit un pôle économique, énergétique et culturel, en démarche éco quartier, constitué :

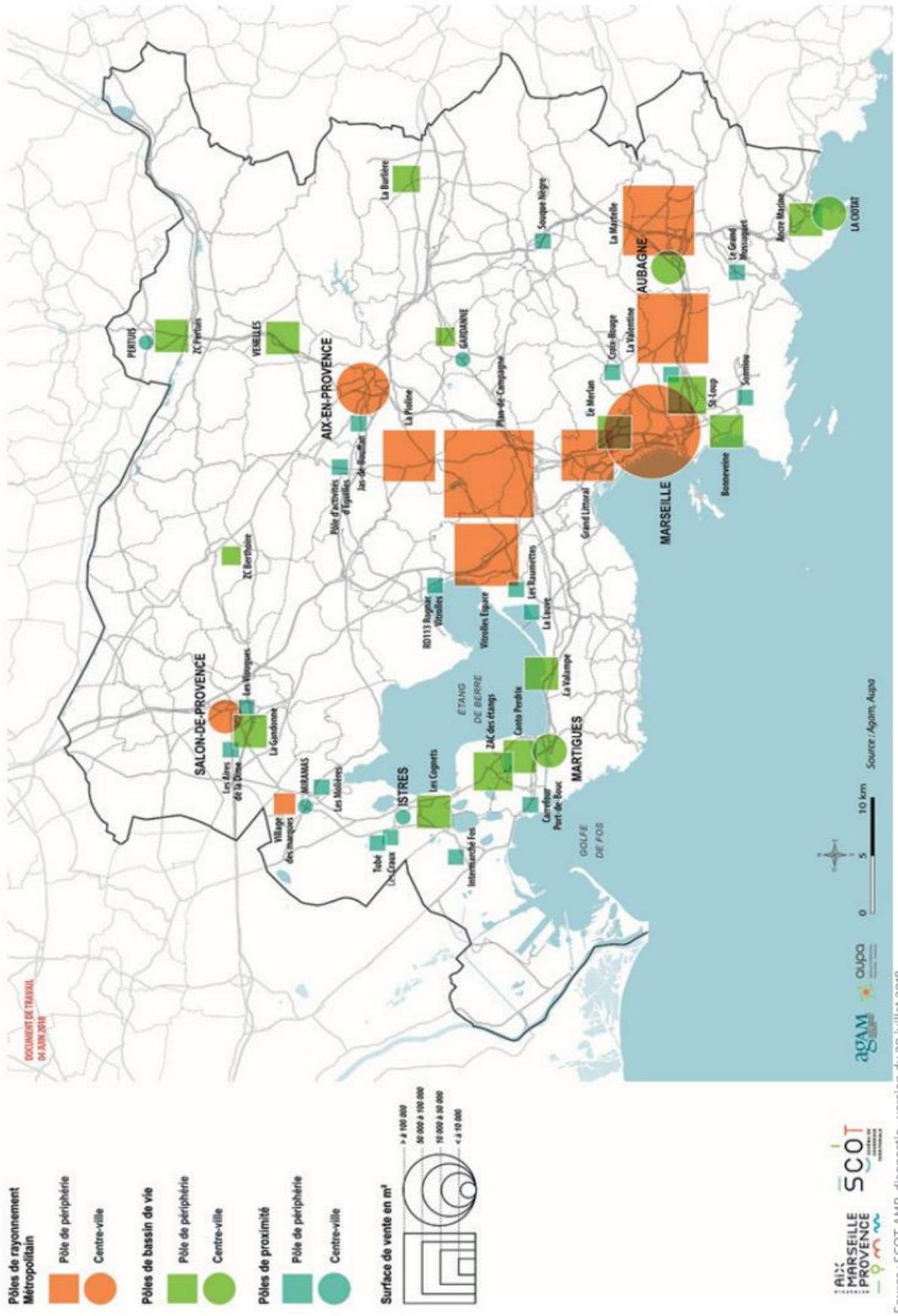
- d'un hôtel d'entreprises innovantes dans les domaines de l'e-commerce, de l'environnement, du design, de la micro-électronique, du numérique ou encore des biotechnologies déjà présentes ;
- d'une offre foncière et immobilière diversifiée avec 80 000 m² de surface plancher proposant des bureaux, des ateliers et des zones de stockage ;
- d'un hôtel 3* d'au moins 50 chambres ainsi que des services de proximité ;

- d'un centre culturel et scientifique « le puit de sciences », d'intérêt métropolitain, qui s'installera dans les 4 000 m² du hall des mineurs, des vestiaires et du chevalement ainsi que sur 3 ha de pinède.

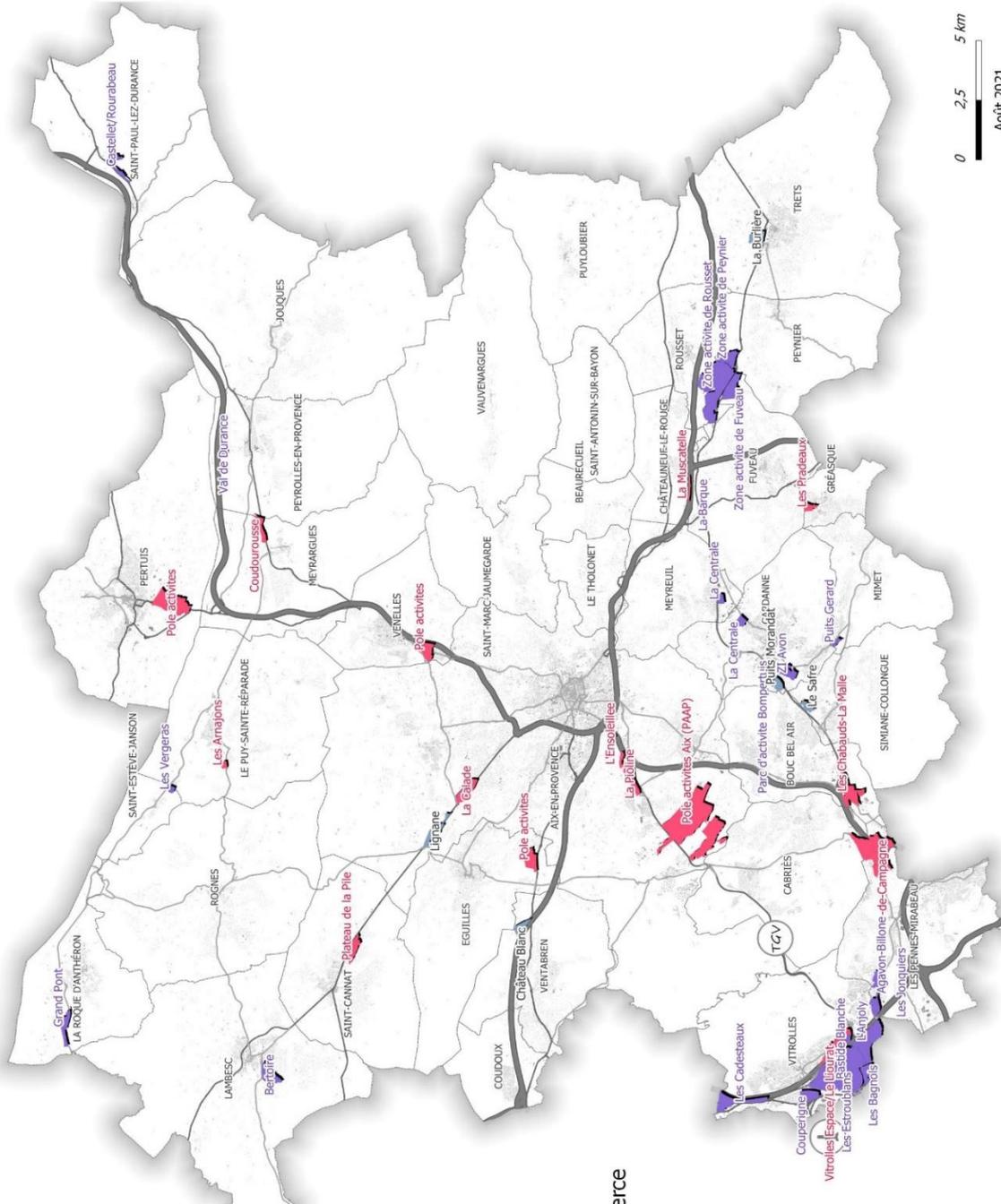
Cadarache à Saint-Paul-lez-Durance

Saint-Paul-lez-Durance constitue une polarité économique forte, qui rayonne au-delà de la métropole, avec le CEA de Cadarache (5 000 emplois) et ITER (1 500 emplois à ce jour, 5 000 à terme). La zone de Saint-Paul est située le long de la D952, en limite de l'enceinte du CEA. Le site est à vocation industrielle et BTP pour une surface de plus de 22 ha. En dehors du CEA et d'ITER, les principaux employeurs sont Areva NC (124 salariés), Onet Services (114) et Energie Industrie Services (107). L'emploi sur la zone a doublé depuis 2004, avec la commercialisation de la zone du Castellet. La quasi-totalité des entreprises sont des filiales de groupes d'envergure nationale voire internationale qui travaillent en étroite collaboration avec le CEA et ITER. Elles exercent dans le secteur industriel, le bâtiment, les travaux publics ou les études techniques spécialisées.

ARMATURE COMMERCIALE MÉTROPOLITAINE



Zones d'activités économiques du Pays d'Aix



Les centres-villes et pôles de proximité

Les centres-villes et autres polarités locales constituent des pôles commerciaux à part entière où sont regroupés de nombreux commerces.

Dans les centres des villes et villages, les enjeux concernent principalement l'installation d'enseignes, qui se cumulent généralement avec des enjeux de préservation du patrimoine. La question de la signalisation des commerces depuis les axes de transit du territoire constitue également un enjeu pour les centres-villes/centres-villages situés en retrait des routes départementales.

Sur le territoire, la situation des centres anciens est variée. Les cinq situations de centres anciens suivantes répondent à des enjeux opérationnels distincts :

□ Le centre-ville d'Aix-en-Provence

Concentrant près de 17 000 habitants, le centre ancien d'Aix-en-Provence est le premier plus peuplé du territoire et le deuxième de la métropole après Marseille. Il possède un rayonnement important et une attractivité résidentielle et économique unique, tout en gardant un rôle de proximité qualitatif pour les habitants. La densité des commerces et des services est la plus élevée du territoire métropolitain.

□ Les centres plurifonctionnels

Gardanne, La Roque d'Anthéron, Pertuis

Dynamiques et attractifs, le rayonnement de ces centres s'étend au-delà de la commune. Ils sont dotés d'une densité de commerces et d'équipements supérieure aux autres centres (hors Aix-en-Provence) et continuent de se développer. Ces centres anciens ont un réel poids dans le fonctionnement résidentiel.

□ Les centres à vocation résidentielle dominante

Bouc Bel Air, Equilles, Fuveau, Gréasque, Jouques, Lambesc, Meyrargues, Les Pennes-Mirabeau, Peynier, Peyrolles-en-Provence, Rognes, Rousset, Saint-Cannat, Simiane-Collongue, Trets.

Ces centres sont situés à proximité des pôles urbains. Leur densité commerciale est parmi les plus faibles de la métropole. L'offre commerciale existante est qualitative et tend à répondre aux besoins quotidiens des résidents. Le commerce suit une évolution positive mais reste dans une tendance fragile.

□ Les centres de proximité

Beaurecueil, Cabriès, Châteauneuf-le-Rouge, Coudoux, Le Tholonet, Meyreuil, Mimet, Puyloubier, Le Puy-Sainte-Réparate, Saint-Antonin-sur-Bayon, Saint-Estève-Janson, Saint-Marc-Jaumegarde, Saint-Paul-lez-Durance, Vauvenargues, Venelles, Ventabren.

La fonction résidentielle est dominante dans ces centres anciens. Le profil résidentiel et la taille des communes ne permettent pas le développement d'une attractivité commerciale et de services importantes. La densité commerciale reste tout de même satisfaisante bien que peu diversifiée.

□ Un centre qui ne présente plus de fonctions de centralité : Vitrolles

Ce centre a été fortement impacté par le déplacement des équipements administratifs avec la création de la ville nouvelle qui, avec le temps, a érodé le rôle de centralité du noyau historique. Les fonctions de centralités ne sont plus situées dans le centre ancien mais à l'extérieur de celui-ci.

A.1.4.2 | Les sites touristiques

Le Pays d'Aix dispose de nombreux atouts et savoir-faire lui permettant de proposer une offre touristique riche et variée, positionnée autour de quatre grandes filières : la culture et le patrimoine, les activités de pleine nature, le terroir (en particulier l'oénotourisme et l'agritourisme) et le tourisme industriel et d'affaires.

Des musées parmi les plus fréquentés du département

Le Pays d'Aix dispose d'une offre importante de musées (33 musées dont 15 à Aix-en-Provence) qui figurent parmi les plus fréquentés du département, à l'instar de :

- l'Hôtel de Caumont avec 300 000 visiteurs annuels, 3ème musée le plus fréquenté des Bouches-du-Rhône,
- le Musée Granet avec 141 075 visiteurs (5ème),
- le Mémorial du Camp des Milles avec 106 271 visiteurs (6ème).

Aix-en-Provence, c'est également la "ville de Cézanne" où le célèbre peintre fait l'objet d'une importante valorisation touristique à travers notamment :

- la visite de plusieurs sites chers au peintre : l'Atelier Cézanne (68 000 visiteurs en 2017), la bastide du Jas de Bouffan et les carrières de Bibémus ;
- la "Route Cézanne", route pittoresque classée entre Aix-en-Provence et Le Tholonet empruntée par Cézanne pour peindre ses célèbres vues sur Sainte-Victoire.

Une programmation culturelle événementielle à fort rayonnement

Le Pays d'Aix est également reconnu pour sa programmation culturelle qui attire de nombreux touristes chaque année. Le territoire accueille 4 des 16 festivals les plus fréquentés du département :

- le Festival international d'Art Lyrique, à Aix-en-Provence avec 85 000 visiteurs, qui s'attache à la création contemporaine et à la relecture du répertoire classique ;
- le Festival International de Piano, à La Roque d'Anthéron avec 77 000 visiteurs, qui s'est imposé depuis près de 40 ans dans le paysage musical et pianistique mondial ;
- les Rencontres du 9ème Art, à Aix-en-Provence avec 42 000 visiteurs, qui propose de rencontrer des auteurs et des professionnels du livre et de la BD ;
- le Festival de Pâques, à Aix-en-Provence avec 22 000 visiteurs.

A côté de ces festivals de grande notoriété, de nombreuses manifestations plus locales drainent un public nombreux, à l'instar du Salon Côté Sud à Aix-en-Provence (28 420 visiteurs en 2017), du festival international de guitare à Lambesc ou encore du festival médiéval « Lou Mirabéou » aux Pennes-Mirabeau. Les différents villages du Pays d'Aix sont également nombreux à proposer des manifestations traditionnelles, provençales ou gastronomiques qui participent à l'offre culturelle locale. Enfin, les grands équipements culturels du Pays d'Aix, tels que le Grand Théâtre de Provence (70 000 visiteurs en 2017), le Pavillon Noir (35 500 visiteurs en 2011) et l'Aréna, attirent également un public qui dépasse les frontières du territoire

Un patrimoine bâti riche et des villages pittoresques vecteurs d'attractivité

Le Pays d'Aix possède un patrimoine architectural et urbain dense, réparti sur l'ensemble du territoire, qui contribue à son rayonnement culturel et touristique. Il compte plus de 250 Monuments Historiques, dont l'abbaye de Silvacane à La Roque d'Anthéron qui figure parmi les trois abbayes cisterciennes de Provence ; c'est le 14ème Monument Historique le plus visité des Bouches-du-Rhône avec 37 000 visiteurs en 2017.

Les nombreux noyaux villageois du Pays d'Aix, dont certains situés sur des sites remarquables, disposent également d'un fort potentiel touristique. La « découverte de villes, de villages et de cités de caractères » figurent parmi les activités favorites des touristes du Pays d'Aix.

Un terroir porteur d'attraits touristiques

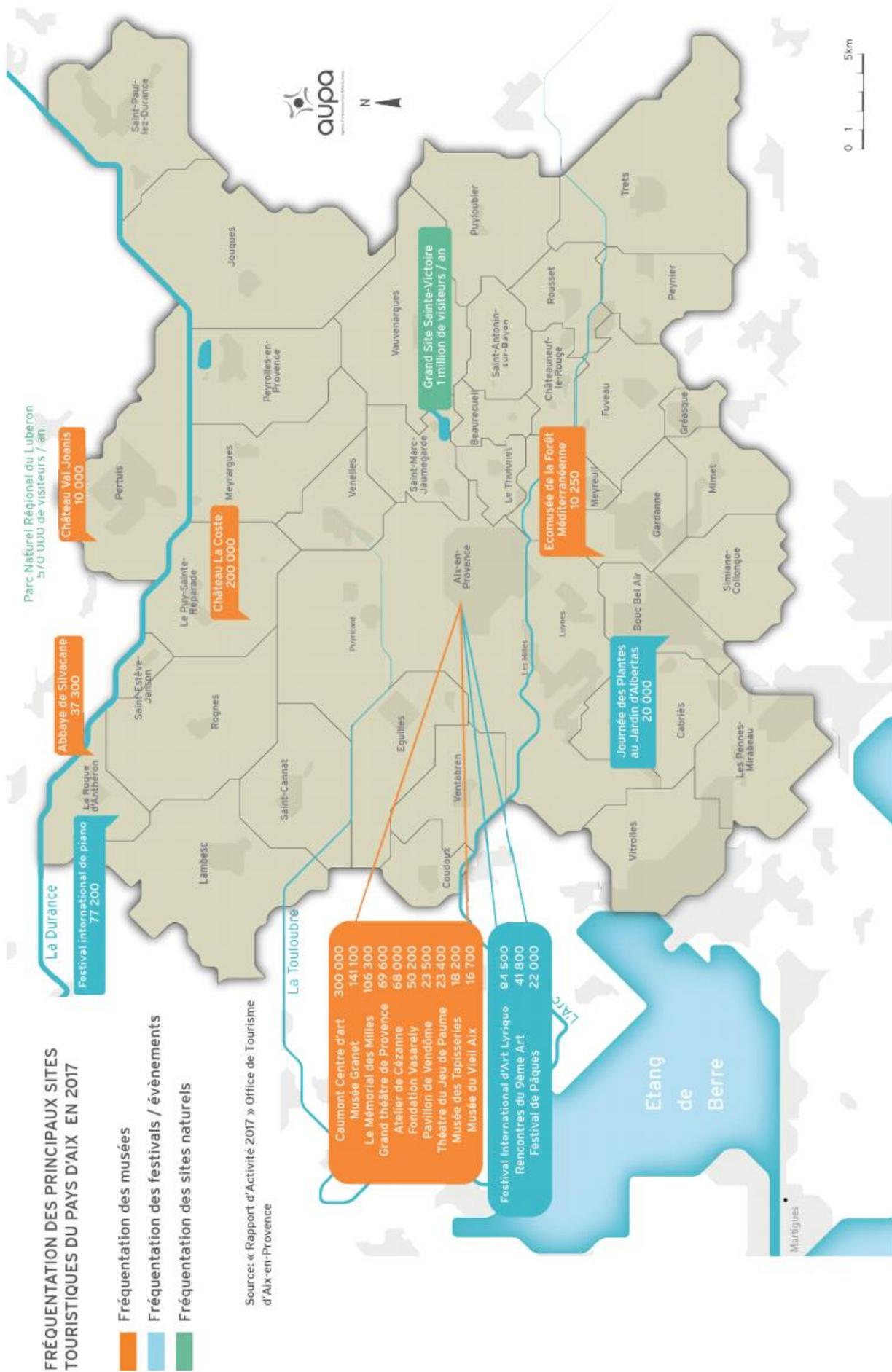
Le Pays d'Aix a également une forte identité agricole qui lui confère de nombreux atouts touristiques :

- une diversité de terroirs permettant la production de produits emblématiques de la Provence : le vin, l'olive, le miel, les herbes de Provence, etc.

- ▾ une diversité de paysages agricoles mêlant vignobles, oliveraies, plaines céréalières, vergers, etc.
- ▾ un art de vivre typiquement provençal qui prend appui sur les différents marchés du Pays d'Aix, la gastronomie provençale, les fêtes gastronomiques tout au long de l'année, etc. »

Constituant un des principaux territoires de production viticole de la région, le Pays d'Aix dispose de nombreux atouts pour le développement de l'œnotourisme, avec des terroirs et des paysages viticoles de grande qualité (contreforts de Sainte Victoire, Durance et piémonts du Luberon). Il compte 5 grandes appellations viticoles et une trentaine de domaines en vente directe. Dans le Pays d'Aix, les enjeux liés à l'économie du tourisme vinicole sont importants tant pour l'accroissement de la fréquentation des domaines que pour le rayonnement du Pays d'Aix en France et dans le monde. L'œnotourisme peut prendre différentes formes : visites d'exploitations viticoles et de musées, dégustation de vin, hébergement, manifestations autour de la vigne, balades, organisation de mariages ou de séminaires, etc. L'obtention du label national « Vignobles & Découvertes » en 2013 pour le Pays d'Aix, reconduit en 2016, témoigne de la volonté des acteurs locaux de structurer et promouvoir la filière sur le territoire. Le label permet de proposer une offre de séjour de qualité en s'appuyant sur un large éventail de services et d'activités. Parmi les châteaux et domaines viticoles bénéficiant d'un fort rayonnement touristique, certains sont emblématiques tels le Château Val Joanis à Pertuis, le Château La Coste au Puy-Sainte-Réparate, le Château de La Galinière à Châteauneuf-le-Rouge ou encore le Château Saint-Hilaire à Coudoux.

La qualité des circuits de découverte du territoire constitue également un enjeu du RLPi (route des vins, ...). Ces espaces comptent également des enjeux de visibilité (enseignes, publicité, préenseignes).



A.2 | Contexte réglementaire : rappel des règles nationales applicables aux dispositifs publicitaires, de pré enseignes et d'enseignes

La loi n°210-788 du 12 Juillet 2010, portant Engagement National pour l'Environnement, a apporté une profonde réforme de la réglementation en matière de publicité extérieure. L'article L.581-14-3 du code de l'environnement prévoyait que les Règlement Locaux de Publicité (RLP) en vigueur à la date de publication de la loi ENE restaient valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date. Ces RLP sont dits de première génération.

La loi n°2019-1461 du 27 Décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique prévoit le report au 14 juillet 2022 de la caducité de ces RLP communaux première génération, initialement prévue au 13 Juillet 2020, sous réserve de l'engagement des RLP à l'échelle intercommunale. A compter de cette date, la réglementation nationale s'appliquera et se substituera aux dispositions de l'ancien règlement local. La compétence en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne sera alors transférée au Préfet.

Pour renforcer le rôle dévolu aux élus locaux dans la protection du cadre de vie de leurs administrés, l'article 17 de la loi Climat et Résilience (loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets) prévoit la décentralisation des compétences de police de la publicité extérieure au profit des maires à compter du 1er janvier 2024.



Précisions sur la portée d'un RLPi et délais de mise en conformité :

Le RLPi vient adapter les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les dispositions du code de l'environnement qui ne sont pas expressément adaptées par le RLPi demeurent applicables de plein droit.

Les prescriptions contenues dans un RLPi sont applicables aux publicités et enseignes à installer, mais également à celles déjà en place. En effet, les dispositions des articles L. 581-43 et R. 581-88 imposent la mise en conformité des publicités et enseignes implantées avant l'entrée en vigueur du RLPi, dans un délai respectivement de 2 ans et 6 ans à compter de l'entrée en vigueur du RLPi.

A.2.1 | Les dispositifs concernés

A.2.1.1 | Trois dispositifs :

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

- Dispositif installé sur la façade commerciale ou l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription, forme ou image

- Elle concerne les chevalets au sol lorsque ceux-ci sont placés sur l'emprise d'un espace faisant l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasse de restaurant, ...).



illustration

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

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



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

Exemples :



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

Art. L581-2 et R581-1 CE

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

Pour information, ces dispositifs sont soumis à un régime de déclaration ou d'autorisation :

Sont soumis à DECLARATION PREALABLE	Sont soumis à AUTORISATION PREALABLE
<p>Toute installation, remplacement ou modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité : dispositif mural, scellé au sol ou installé au sol, sur mobilier urbain et dispositif de petit format sur baie. - de préenseignes dont les dimensions excèdent 1m en hauteur et 1,5m en largeur. - de bâches comportant de la publicité, dont l'emplacement a été préalablement autorisé. <p>• Pour les dispositifs non lumineux ou éclairés par projection ou transparence, implantés sur domaine privé ou public.</p>	<p>Toute installation, remplacement ou modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité éclairée autrement que par projection ou transparence (dont numérique). - d'un mobilier urbain supportant de la publicité lumineuse. - d'un emplacement de bâche comportant de la publicité. - d'un dispositif de dimension exceptionnelle. - d'une enseigne (dont enseigne à faisceau laser). - d'une enseigne temporaire installée sur un immeuble ou dans un lieu mentionné au L. 581-4 du CE. - d'une enseigne temporaire scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné au L. 581-8 du CE.

A.2.1.2 | Supports spécifiques

Le mobilier urbain

Art. R581-42 à 47 CE

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

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

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

Art. R581-45 CE

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

Art. R581-46 CE



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

Les bâches

Les bâches comprennent :

Art. R581-53 CE

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

Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

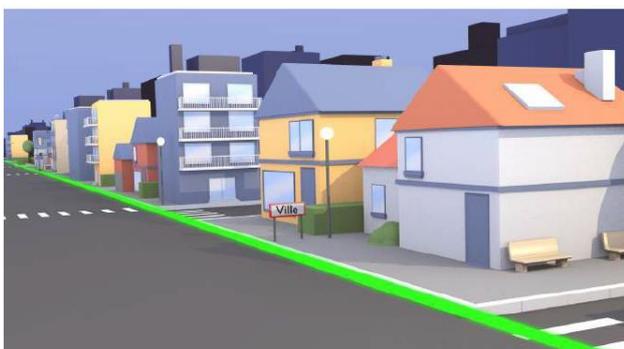
- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations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

A.2.2 | Les périmètres réglementaires spécifiques

A.2.2.1 | Les périmètres d'interdiction stricte de publicité

Les périmètres d'agglomération (L581-7 du CE)

La notion d'agglomération, au sens du code de la Route (R110-2 CR), constitue « l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». Dans un RLP, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle de la localisation des panneaux d'entrée de ville. Selon la jurisprudence et la doctrine administrative, l'agglomération correspond aux espaces bâtis, caractérisés par un espacement entre bâtiments de moins de 50 mètres, des bâtiments proches de la route, une longueur d'au moins 400 mètres, une fréquentation significative de riverains et des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée. En dehors des lieux qualifiés d'« agglomération », toute publicité et préenseignes autre que dérogatoire¹ est interdite.

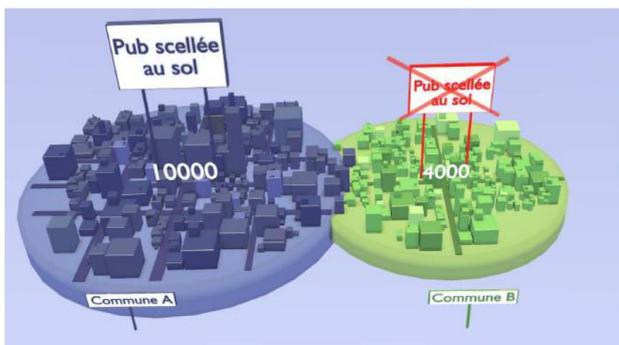


Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

Extraits du guide pratique de la publicité extérieure du Ministère (Janvier 2024)



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

La notion « géographique » d'agglomération doit être distinguée de la notion « démographique » d'agglomération. En effet, le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Par exemple, dans les agglomérations de moins de dix mille habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine* de plus de cent mille habitants, la publicité scellée au sol est interdite. Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune ce qui interdit de considérer comme constituant une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles* bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes,

l'une jouxtant l'autre. Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, la population est décomptée dans chacune d'entre elles.

Hors agglomération, la publicité est toutefois autorisée « à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. » > Hors agglomération, le Territoire du Pays d'Aix est concerné par la gare TGV d'Aix-en-Provence.

¹ Sont concernées les préenseignes signalant (R581-19 CE) : les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite à titre temporaire, les opérations exceptionnelles qui ont pour objet les immeubles dans lesquels elles ont lieu ou les activités qui s'y exercent et les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui ont lieu ou y auront lieu.

Les autres périmètres urbains et environnementaux

Toute publicité est interdite en agglomération :

Art. L581-4 CE

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

Périmètres concernés sur le Pays d'Aix :

Monuments historiques	224 monuments historiques inscrits ou classés
Sites classés	15 sites classés sur le Territoire, sur 18 communes du territoire : Massif du Concors Ermitage de Saint-Jean du Puy Domaine de Valabr Pavillon et atelier de Cézanne et leurs abords Propriété du Jas de Bouffan Château de Fonscolombe et son parc Route Cézanne au Tholonet Château de La Gaude, sa chapelle, son parc et ses abords Sommet de la Montagne Sainte-Victoire Gisement paléontologique de Roques-Hautes Château de Saint-Marc et ses abords Zone des barrages de Bimont et Zola Montagne Sainte-Victoire Massif de la Nerthe Massif de l'Arbois
Réserves naturelles	1 réserve naturelle nationale : celle de la Sainte-Victoire à Beaurecueil

Toute publicité est interdite en agglomération :

- Dispositif scellé au sol, dans les espaces boisés classés identifiés en agglomération Art. R581-30 CE
- Dispositif scellé au sol, dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au PLUi > Zone N du PLU/PLUi Art. R581-30 CE
- Dispositif scellé au sol, dans les zones où les affiches sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute, ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération

Art. R581-31 CE

Axes concernés sur le Pays d'Aix :

Autoroutes	A7, A8, A51, A52, A55, A515, A516, A551 et A552
Voies express	D6, D9, D20 et D113

- Les autres types de publicités et préenseignes (murales notamment) visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de **40 mètres** mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Art. R418-6 code de la Route

A.2.2.2 | Les périmètres d'interdiction « relative » de publicité

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

Art. L581-8 CE

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

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

Périmètres concernés sur Pays d'Aix, si ceux-ci intersectent un périmètre d'agglomération :

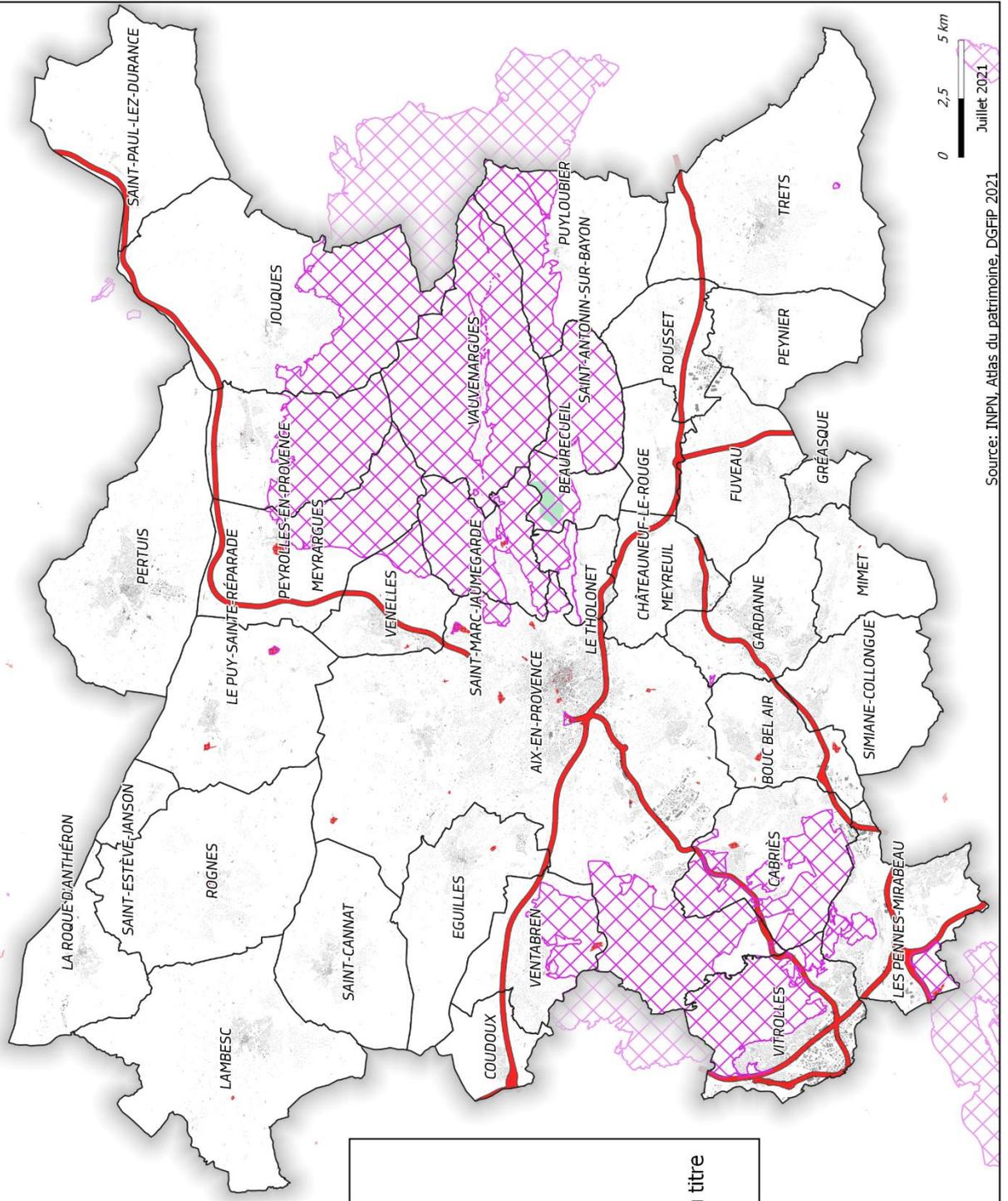
<i>Monuments historiques</i>	<p><i>Périmètre d'abords des 224 monuments historiques + périmètres de monuments historiques situés sur les communes limitrophes au territoire ;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - « Gare de l'Estaque » et « oppidum Verduron » à MARSEILLE - « Pont suspendu » et « chapelle Sainte Madeleine » à MIRABEAU - « Chapelle Saint Estève » à RIANES - « Oppidum de Roquepertuse » à VELAUX - « Château vieux et pigeonier » à VILLELAURE <p><i>La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative dans les conditions fixées à l'article L. 621-31.</i></p> <p><i>En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci.</i></p>
<i>Sites patrimoniaux remarquables</i>	<i>9 sites patrimoniaux remarquables sont présents sur le territoire du Pays d'Aix (voir liste en annexe 4), sur les communes de : Aix-en-Provence, Jouques, Pertuis, Peyrolles-en-Provence, Rognes, Le Tholonet et Vauvenargues.</i>
<i>Parc naturel régional</i>	<i>PNR du Luberon (concerne la commune de Pertuis)</i>
<i>Sites inscrits</i>	<i>26 sites inscrits sur 15 communes du territoire</i>
<i>Sites Natura 2000</i>	<i>8 sites Natura 2000 sur le Territoire</i>

Art. L581-7 CE

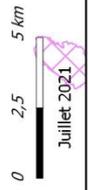
La publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux³ exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

³ Ensemble commercial (code du commerce) = ensemble d'au moins 20 magasins réunis sur un même site, soit conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, soit bénéficiant d'un aménagement permettant à une même clientèle l'accès à divers établissements, soit font l'objet d'une gestion commune de certains éléments d'exploitation, soit sont réunis par une structure juridique commune.

Périmètre d'interdiction stricte de publicité

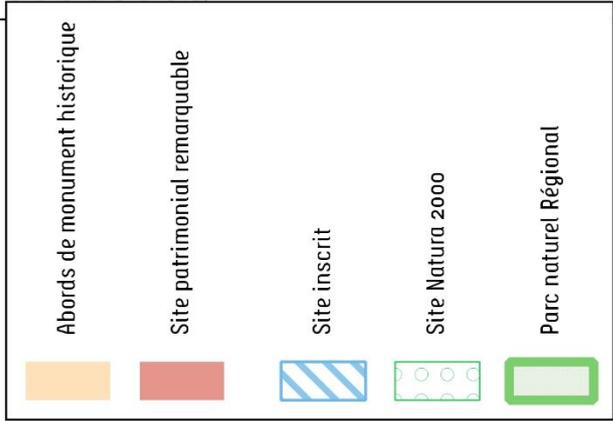
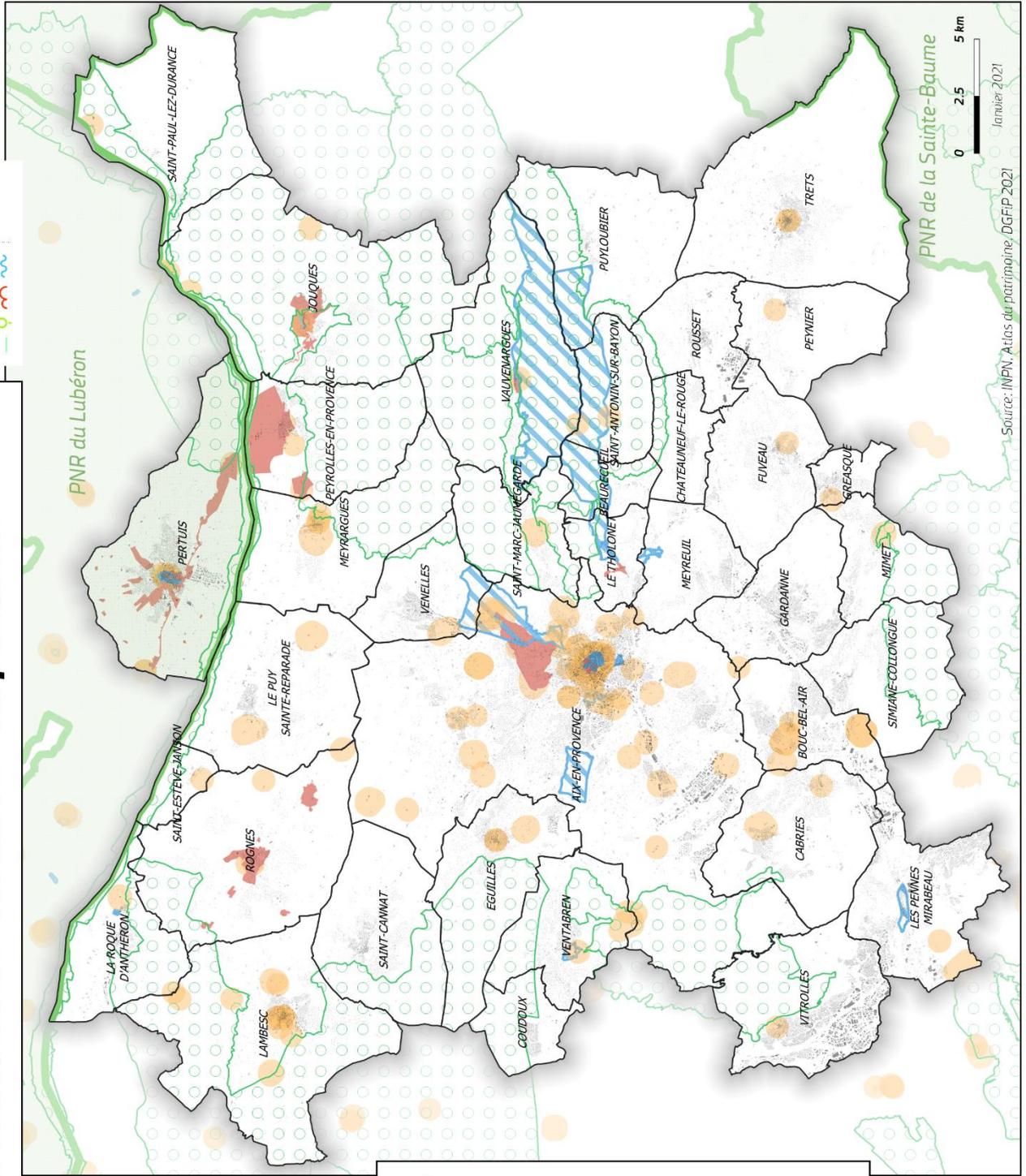


-  Autoroute / route express
-  Site classé
-  Réserve naturelle nationale
-  Immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques



Source: INPN, Atlas du patrimoine, DGPRP 2021

Périmètre d'interdiction "relative" de publicité



A.2.3 | Les principales dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes

A.2.3.1 | Dispositions applicables à l'ensemble des agglomérations du Pays d'Aix (dans le respect des conditions définies à l'article L581-4 du CE)

Dispositifs spécifiques interdits

La publicité ne peut être apposée :

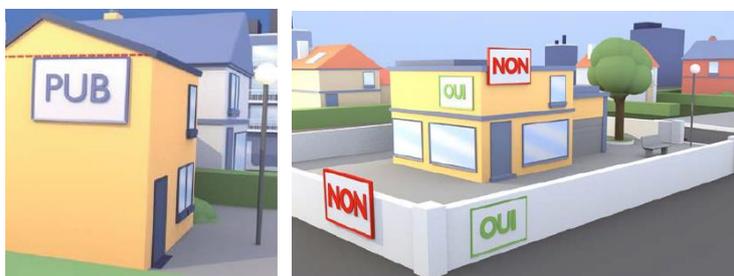
- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) *Art. R581-27 CE*
- sur les arbres *Art. L581-4 CE*
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne *Art. R581-22 CE*
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré *Art. R581-22 CE*
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; *Art. R581-22 CE*
- sur les murs de cimetière et de jardin public. *Art. R581-22 CE*

A titre informatif, il est rappelé que le code de la Route interdit la publicité sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière. *Art. R418-3 CR*

Implantation sur la parcelle ou le bâtiment

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

Art. R581-27 CE



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

Art. R581-27 CE

La saillie sur façade des enseignes installées parallèlement à celle-ci ne peut dépasser : 0,25 mètres

Art. R581-28 CE

Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. *Art. R581-33 CE*

Densité

Sur le domaine privé :

Art. R581-25 CE

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

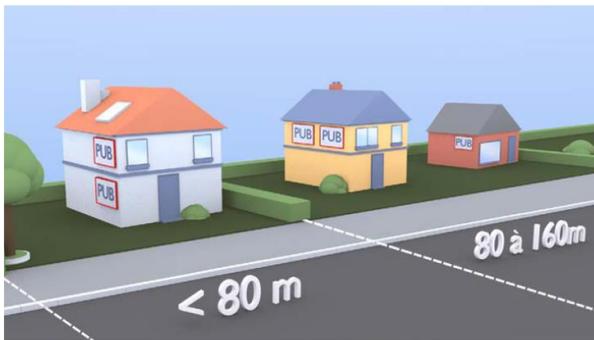
Par exception, il peut être installé :

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

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

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

Art. R581-55 CE



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Sur le domaine public :

Art. R581-25 CE

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

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

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

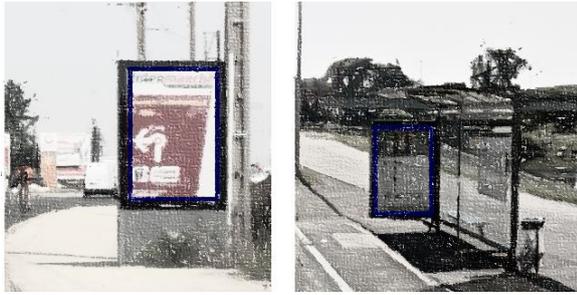
Art. R581-55 CE



Calcul de la surface

Le calcul de la surface unitaire des publicités s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité, c'est-à-dire l'affiche plus l'encadrement

Art. R581-24-1 CE



Le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran

Art. R581-42-1 CE

Graphisme

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

Art. R581-39 CE

Affichage d'opinion – Obligation de réserver une surface minimale

Art. R581-2 CE

La surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Communes du Pays d'Aix	Surface minimale à réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux associations <u>sur chaque commune</u>
Saint-Antonin-sur-Bayon, Saint-Estève-Janson, Beaurecueil, Saint-Paul-Les-Durance, Vauvenargues, Saint-Marc-Jaumegarde, Puyloubier <i>Communes de moins de 2 000 habitants</i>	4 m ²
Le Tholonet, Châteauneuf-le-Rouge, Peynier, Coudoux, Meyrargues <i>Communes entre 2000 et 4000 habitants</i>	6 m ²
Gréasque, Mimet, Jouques, Rognes, Rousset, Peyrolles-en-Provence, Ventabren, La Roque d'Anthéron, Saint-Cannat, Simiane-Collongue, Le Puy Sainte Réparate, Meyreuil <i>Communes entre 4000 et 6000 habitants</i>	8 m ²
Eguilles <i>Communes entre 6000 et 8000 habitants</i>	10 m ²
Venelles, Lambesc, Cabriès <i>Communes entre 8000 et 10 000 habitants</i>	12 m ²
Fuveau, Trets, Bouc-Bel-Air <i>Communes entre 10 000 et 20 000 habitants</i>	17 m ²
Pertuis, Gardanne, Les Pennes Mirabeau <i>Communes entre 20 000 et 30 000 habitants</i>	22 m ²
Vitrolles <i>Communes entre 30 000 et 40 000 habitants</i>	27 m ²
Aix-en-Provence <i>143 097 habitants</i>	82 m ²

A.2.3.2 | Dispositions spécifiques applicables à certaines agglomérations

Le Code de l'environnement impose des règles nationales différentes selon :

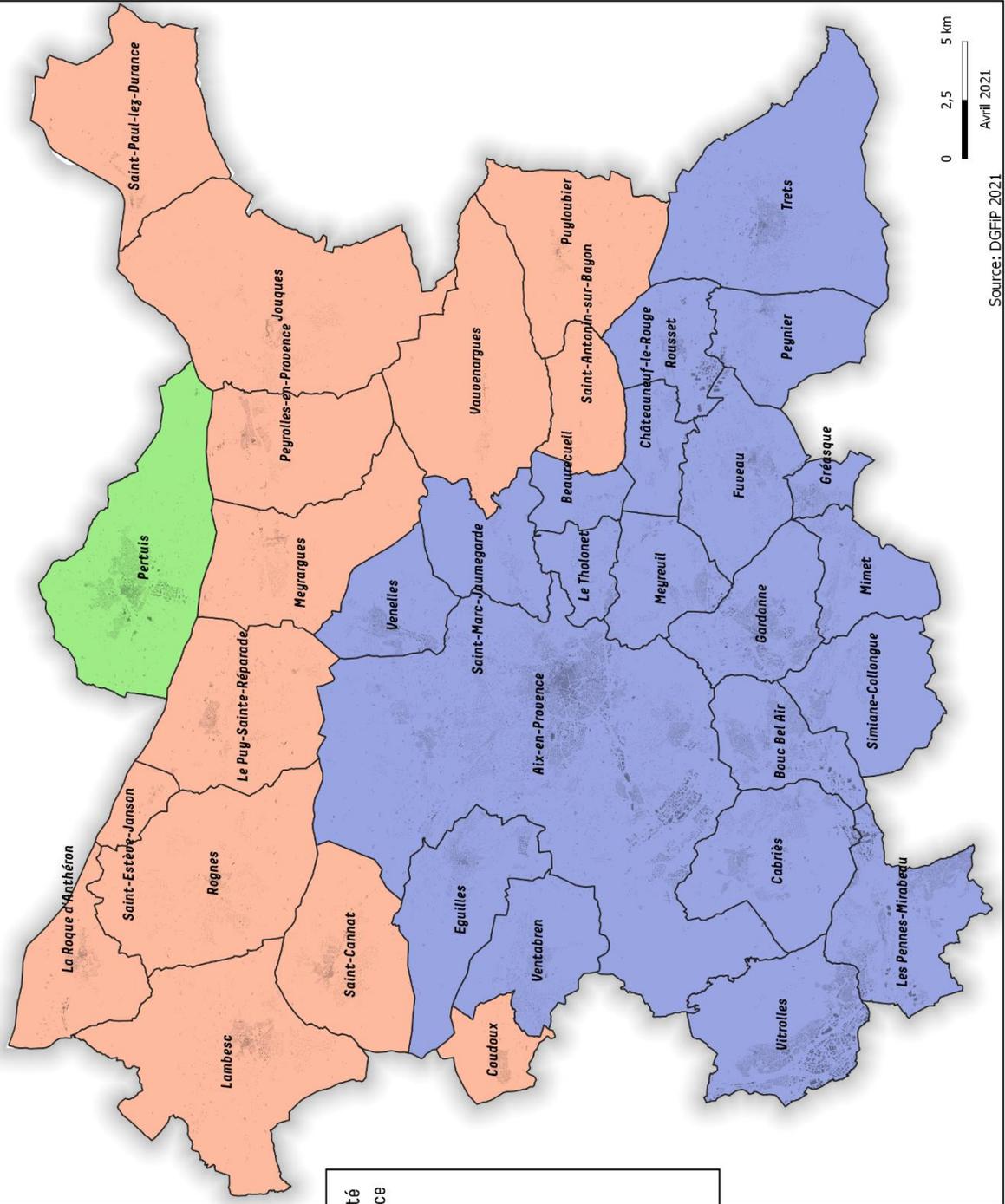
- L'appartenance ou non d'une commune à une unité urbaine (au sens de l'INSEE) de plus de 100 000 habitants.
- En dehors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la présence d'une agglomération de plus ou de moins de 10 000 habitants.
- L'appartenance ou non d'une commune à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants (règles spécifiques d'extinction nocturne).

Ainsi pour exemple, des communes aux profils similaires peuvent se voir appliquer des règles très différentes (comme une publicité murale de 4,70 m² maximum à 10,50 m² maximum) par le simple fait de ne pas être statistiquement classé dans une même unité urbaine.

Le territoire du Pays d'Aix compte trois types de communes sur son territoire, pour lesquelles les dispositions nationales sont détaillées ci-après.

En l'absence de RLPi, des communes au profil urbain et paysager similaire peuvent aujourd'hui être soumises à des règles nationales différentes du fait de leur intégration ou non à l'unité urbaine Aix-Marseille. Un des enjeux du RLPi sera d'adapter le traitement de l'affichage à la réalité du territoire.

Typologie des agglomérations du Pays d'Aix



	Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
	Agglomérations de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
	Agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Dispositions spécifiques applicables dans les agglomérations de l'unité urbaine de Marseille-Aix (UU de plus de 800 000 habitants)

20 communes concernées : Aix-en-Provence, Beaucueil, Bouc-Bel-Air, Cabriès, Châteauneuf-le-Rouge, Eguilles, Fuveau, Gardanne, Gréasque, Le Tholonet, Les Pennes Mirabeau, Meyreuil, Mimet, Peynier, Rousset, Saint-Marc-Jaumegarde, Simiane-Collongue, Trets, Venelles, Ventabren, Vitrolles.

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	10,50 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	10,50 m ²	6m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche / 10,50 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Bâches <i>Art. R581-53 à Art. R581-55 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Bâches (tous types) interdites dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non règlementé Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

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

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 47 CE</i>	Interdite dans les agglomérations de – 10000 hab. Dans les agglomérations de + 10 000 hab. : 2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche / 8 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ² Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non règlementé	Fonction de la hauteur de la façade

> **Pas de règles d'extinction lumineuse.** Les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. *Art. R581-35 CE*

Dispositions spécifiques applicables dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine Aix-Marseille

1 commune concernées (INSEE)⁴ : Pertuis

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	10,50 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	10,50 m ²	6m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 10,5 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Bâches <i>Art. R581-53 et 55 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Bâches interdites dans les agglomérations de - 10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non réglementé Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

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

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	<u>En agglomération de - 10 000 habitants :</u> interdite <u>En agglomération de + 10 000 habitants :</u> 2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ² Interdit dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

> **Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h**, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. *Art. R581-35 CE*

⁴ Sont intégrées dans cette liste les communes identifiées par l'INSEE comme faisant partie de l'unité urbaine Aix-Marseille.

Dispositions spécifiques applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine Aix-Marseille (UU de moins de 100 000 habitants et communes hors unités urbaines)

15 communes concernées (INSEE) : Coudoux, Jouques, La Roque d'Anthéron, Lambesc, Le Puy-Sainte-Reparate, Meyrargues, Peyrolles-en-Provence, Puyloubier, Rognes, Saint-Antonin-sur-Bayon, Saint-Cannat, Saint-Estève-Janson, Saint-Paul-Lez-Durance, Vauvenargues.

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	4,70 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-42 à 47 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche	-
Bâches <i>Art. R581-53 et 55 CE</i>	Interdit	Interdit
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

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

> **Interdite sur tout type de support**

Art. R581-34 CE

> **Interdite également sur mobilier urbain**

Art. R581-42 CE

A.2.3.3 | Dispositions spécifiques applicables dans l’emprise de la gare Aix TGV

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	10,50 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	10,50 m ²	6 m au-dessus du sol

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

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

> **Pas de règles d’extinction lumineuse.** Les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. *Art. R581-35 CE*

A.2.3.4 | Dispositions spécifiques applicables dans l’emprise de l’aéroport Marseille Provence

*Concernant l’aéroport, les règles applicables sont celles des aéroports dont la fréquentation annuelle est **supérieure à 3 millions de passagers** (8,5 millions de passagers en 2016).*

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	10,50 m ²	7,5 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-32 CE</i>	50 m ²	10 m au-dessus du sol

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

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	50 m ²	10 m au-dessus du sol
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

> **Pas de règles d’extinction lumineuse.** Les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. *Art. R581-35 CE*

A.2.3.5 | Considérations liées à la sécurité routière

Il existe des liens avec le code de la route notamment lorsque l'installation de certains dispositifs – publicité lumineuse*, bâches* publicitaires – peut avoir des incidences sur la sécurité routière (Art. R. 581-15, Art. R. 581-19 et Art. R. 581-20).

Par ailleurs, le code de la route comporte des dispositions spécifiques à la publicité pour des motifs de sécurité de la circulation routière (Art. R. 418-1 à R.418-9). Un rappel des principales est développé ci-dessous :

Toute publicité lumineuse ou par appareil réfléchissant est interdite sur les véhicules.

Le fait de contrevenir, à l'aide d'un véhicule à moteur, aux dispositions du présent article est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la troisième classe.

Le fait de contrevenir, à l'aide d'un cycle, aux dispositions du présent article est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la première classe.

Art. R418-1 CR

I. - Dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites, lorsqu'elles en sont visibles, la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes :

1° Comportant une indication de localité, complétée soit par une flèche, soit par une distance kilométrique ;

2° Comportant la reproduction d'un signal routier réglementaire ou d'un schéma de présignalisation.

II. - Dans les mêmes conditions, sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui, par leur forme, leurs couleurs, leur texte, leurs symboles, leurs dimensions ou leur emplacement peuvent être confondues avec les signaux réglementaires.

III. - Sont interdits les dispositifs et dessins publicitaires :

1° Triangulaires à fond blanc ou jaune ;

2° Circulaires à fond rouge, bleu ou blanc ;

3° Octogonaux à fond rouge ;

4° Carrés à fond blanc ou jaune, s'ils sont disposés sur pointe.

IV. - Ces dispositions s'appliquent à tout dispositif, dessin, inscription ou marquage, quels que soient la nature des indications qu'il comporte, son objet commercial ou non, le procédé utilisé pour sa réalisation et la qualité de son auteur.

Art. R418-2 CR

Il est interdit d'apposer des placards, papillons, affiches ou marquages sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tous autres équipements intéressant la circulation routière. Cette interdiction s'applique également sur les plantations, les trottoirs, les chaussées et d'une manière générale sur tous les ouvrages situés dans les emprises du domaine routier ou surplombant celui-ci.

Toutefois, lorsque l'autorité investie du pouvoir de police autorise une association ou un organisme sans but lucratif à implanter des signaux d'indication, le préfet peut permettre que le nom ou l'emblème du donateur figure sur le signal ou sur son support si la compréhension du signal n'en est pas rendue moins aisée. Il peut en être de même pour les installations annexes autorisées.

Art. R418-3 CR

Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur.

Art. R418-4 CR

I. - La publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes sont interdites sur l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique, à l'exception de la publicité peinte ou fixée sur des véhicules circulant ou stationnant régulièrement sur les voies ouvertes à la circulation publique.

II. - Toutefois, des dérogations peuvent être accordées par l'autorité investie du pouvoir de police :

1° En agglomération, pour les enseignes publicitaires ;

2° Sur les aires de stationnement et les aires de services des routes ou autoroutes pour la publicité, les enseignes publicitaires et préenseignes non visibles de la route.

Art. R418-5 CR

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles des routes nationales, des chemins départementaux et des voies communales sont interdites de part et d'autre de celles-ci sur une largeur de 20 mètres mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes publicitaires et préenseignes qui, ne gênant pas la perception de la signalisation routière et ne présentant aucun danger pour la sécurité de la circulation, satisfont aux conditions de surface et d'implantation fixées par arrêté conjoint du ministre de l'intérieur et du ministre chargé de l'équipement.

Art. R418-6 CR

En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Toutefois, l'autorité investie du pouvoir de police peut les autoriser dans les limites et aux conditions qu'elle prescrit.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Les dispositions du présent article ne font pas obstacle à l'installation de panneaux ayant pour objet de signaler, dans les conditions déterminées par les règlements sur la signalisation routière, la présence d'établissements répondant aux besoins des usagers.

Art. R418-7 CR

Abords des voies concernées par les dispositions de l'article R.418-7 du Code de la route

Axes routiers

-  Autoroutes
-  Autres 2X2
-  Routes primaires
-  Routes secondaires
-  Routes tertiaires
-  Aéroport Marseille Provence
-  Gare TGV



Lorsque, par suite de modification concernant la voirie, une publicité, enseigne, enseigne publicitaire ou préenseigne cesse de satisfaire à la réglementation en vigueur, elle doit être supprimée dans un délai de deux ans à compter de la date d'ouverture au trafic de la voie avec ses nouvelles caractéristiques.

Art. R418-8 CR

Sur le territoire du Pays d'Aix coexistent ainsi deux règlements de voiries départementaux du 13 et du 84 qui comportent des prescriptions relatives à la publicité sur l'emprise du domaine public routier départemental au titre du code de la route.

L'existence de dispositions applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes figurant à la fois dans le code de l'environnement et dans le code de la route peut être source de confusion. Cependant en cas d'infraction aux règles du code de la route, il ne peut être fait usage des mesures de police prévues par le code de l'environnement et, à l'inverse, en cas d'infraction au code de l'environnement, il ne peut être fait usage des mesures de police prévues par le code de la route.

A.2.4 | Les principales dispositions applicables aux enseignes

A.2.4.1 | Dispositions applicables à l'ensemble des communes du Pays d'Aix

Dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou un balcon Art. R581-61 CE
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence. Art. R581-59 CE

Implantation

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit. Art. R581-60 CE

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

Art. R581-61 CE

Saillies :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres Art. R581-60 CE
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètres Art. R581-60 CE
- Enseigne perpendiculaire à une façade : $1/10^{\text{e}}$ de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres Art. R581-61 CE

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Art. R581-64 CE

Calcul de la surface

Lorsque les inscriptions, formes ou images sont apposées sur un panneau de fond, c'est la surface du panneau qui doit être prise en compte. A plat, sur un mur ou perpendiculaire à celui-ci, la surface totale du fond est décomptée, quand bien même le logo ou la marque n'occuperait qu'une faible surface dudit fond. Le calcul est identique si le fond est peint directement sur le mur. En effet, dans le respect de l'esprit de la protection du cadre de vie, il faut considérer la surface utile* et non la surface utilisée : c'est bien le panneau qui constitue un élément supplémentaire dans le paysage, altérant perspective ou architecture.



La surface des enseignes doit être considérée pour chacune selon le pointillé.

En absence de fond (ni panneau, ni peinture) est prise en compte la surface du rectangle dans lequel s'inscrit l'inscription, forme ou image. Le calcul ne saurait être fait lettre par lettre : le rectangle fictif englobe la totalité de l'inscription. Cette forme de calcul s'appliquera donc exclusivement aux enseignes en toiture et aux enseignes constituées de lettres, signes, formes logos ou images découpés et apposés directement sur le mur support.

Graphisme

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

Art. R581-62 CE

Enseigne lumineuse

Art. R581-59 CE

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

> Règle applicable sur l'ensemble du Pays d'Aix (pas de distinction relative à l'appartenance ou non à une unité urbaine de + de 800 000 habitants, contrairement à la publicité)

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

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

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne sur façade commerciale <i>Art. R581-63 CE</i>	Surface cumulée : 15% de la surface de la façade commerciale si façade $\geq 50\text{m}^2$ 25% de la surface de la façade commerciale si façade $< 50\text{m}^2$ (sauf exceptions)	-	-
Enseigne sur toiture <i>Art. R581-62 CE</i>	60 m ² cumulés pour un même établissement (sauf exceptions)	3m lorsque hauteur façade $\leq 15\text{m}$ 1/5e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m, si hauteur façade $> 15\text{m}$	-
Enseigne sur auvent ou marquise <i>Art. R581-60 CE</i>	-	1 m	-
Enseigne sur balcon et balconnet <i>Art. R581-60 CE</i>	-	Hauteur du garde-corps ou de la barre d'appuis du balconnet ou de la baie	-

A.2.4.2 | Dispositions spécifiques aux agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomérations

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	6 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur $\geq 1\text{m}$ 8 m de haut si largeur $< 1\text{m}$	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non réglementé

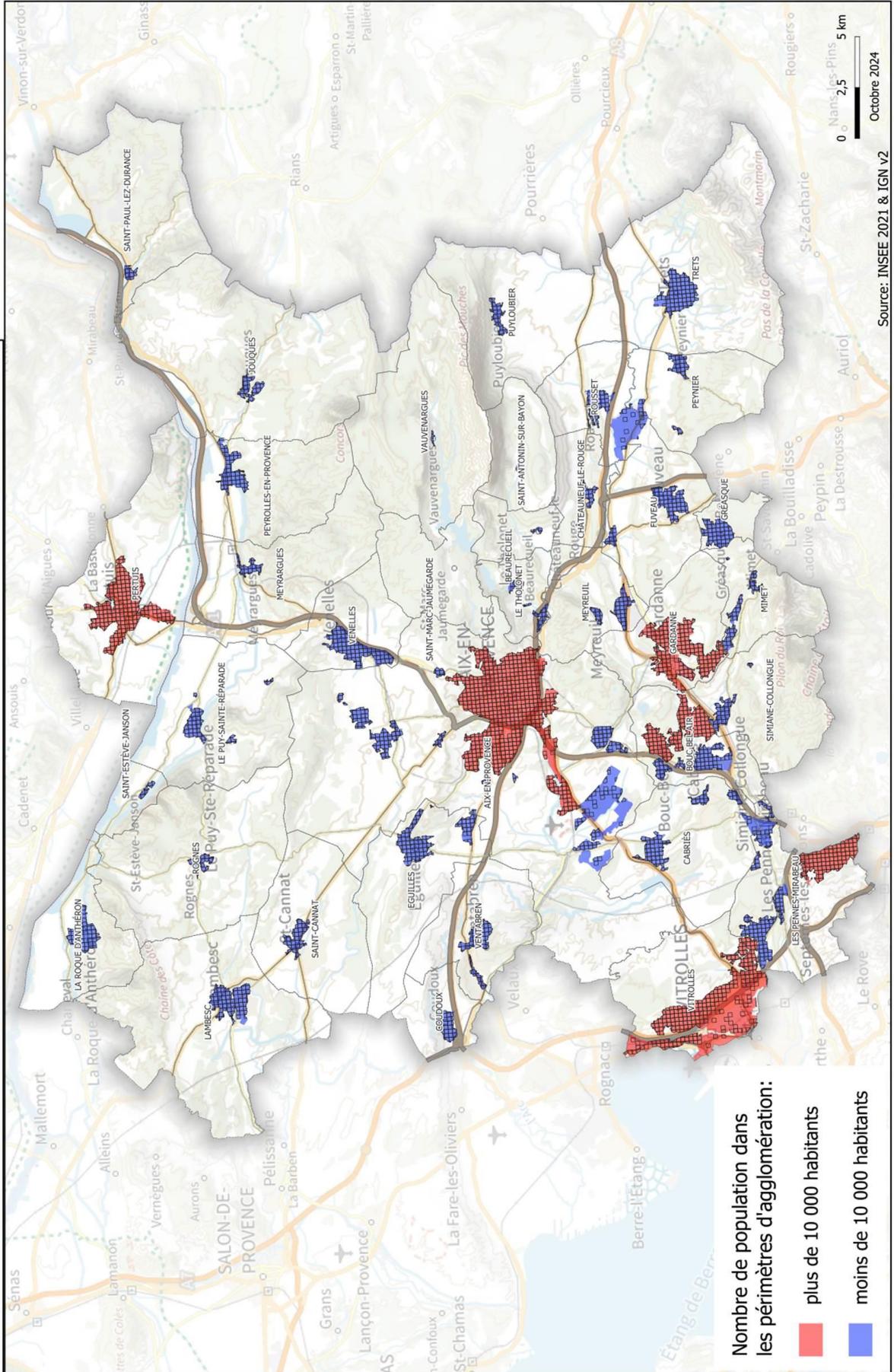
A.2.4.3 | Dispositions spécifiques aux agglomérations de plus de 10 000 habitants

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	10,5 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non réglementé

A.2.5 | Type d'agglomérations par commune

COMMUNE	Comporte au moins une agglomération de moins de 10 000 habitants	Comporte au moins une agglomération de plus de 10 000 habitants
AIX EN PROVENCE	x	x
BEAURECUEIL	x	
BOUC-BEL-AIR	x	x
CABRIES	x	
CHATEAUNEUF-LE-ROUGE	x	
COUDOUX	x	
EGUILLES	x	
FUVEAU	x	
GARDANNE		x
GREASQUE	x	
JOUQUES	x	
LA ROQUE D'ANTHERON	x	
LAMBESC	x	
LE PUY SAINTE REPARADE	x	
LE THOLONET	x	
LES PENNES MIRABEAU	x	x
MEYRARGUES	x	
MEYREUIL	x	
MIMET	x	
PERTUIS		x
PEYNIER	x	
PEYROLLES-EN-PROVENCE	x	
PUYLOUBIER	x	
ROGNES	x	
ROUSSET	x	
SAINT-ANTONIN-SUR-BAYON	x	
SAINT-CANNAT	x	
SAINT-ESTEVE-JANSON	x	
SAINT-MARC-JAUMEGARDE	Pas d'agglomération	
SAINT-PAUL-LEZ-DURANCE	x	
SIMIANE-COLLONGUE	x	
TRETS	x	
VAUVENARGUES	x	
VENELLES	x	
VENTABREN	x	
VITROLLES		x

Population dans les périmètres d'agglomération



A.2.6 | Principales dispositions applicables aux dispositifs temporaires

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

Art. R581-69 CE

A.2.6.1 | Spécificité aux enseignes temporaires

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

Art. R581-70 CE

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

Art. R581-70 et 60 CE

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

Art. R581-70 et 61 CE

Saillies :

- Enseigne apposée parallèlement à une façade : 0,25 mètres *Art. R581-70 et 60 CE*
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10^e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres *Art. R581-70 et 61 CE*

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

Art. R581-64 CE

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

Art. R581-70 et 62 CE

La surface des enseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 10,5 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol.

Art. R581-70 CE

A.2.6.2 | Spécificité aux préenseignes temporaires

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si :

Art. R581-71 CE

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

A.2.7 | Plans et programmes avec lesquels le RLPi doit être compatible

A.2.7.1 | La Charte du Parc Naturel Régional du Luberon

« Le cas échéant, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L. 331-3. » *Art. L.581-14 du CE*

La commune de Pertuis fait partie du **Parc Naturel Régional du Luberon**.

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte en vigueur.

Quatre grandes ambitions sont y définies :

- Protéger les paysages, transmettre les patrimoines et gérer durablement les ressources naturelles
- Développer et ménager le territoire
- Créer des synergies entre environnement de qualité et développement économique
- Mobiliser le public pour réussir un développement durable

Ces quatre ambitions sont déclinées en orientations et objectifs

Les **orientations** et mesures de la charte du PNR en lien avec l'affichage publicitaire sont les suivantes :

Orientation A.3 : Protéger les paysages et valoriser le patrimoine culturel

- Renforcer les actions de protection, de gestion et d'aménagement des paysages
- Maintenir à un niveau élevé l'effort de protection du patrimoine bâti et architectural

Orientation B.2 Améliorer le cadre de vie et la qualité de la vie

Orientation C.3 Améliorer les performances environnementales et l'attractivité des parcs d'activités et des entreprises

- Contribuer à l'amélioration des performances environnementales des zones d'activités et des entreprises

Aucun point précis ne concerne toutefois le volet publicité, préenseigne, enseigne hormis le fait que :

« Les techniciens du Parc et les conseillers architecturaux conseillent les particuliers pour l'application de la loi relative à la publicité, aux enseignes et pré enseignes et de la Charte signalétique. »

« Les services du conseil architectural sont étendus aux avis sur l'enfouissement des réseaux aériens et sur tout projet concernant l'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels supportant la publicité, les enseignes, pré enseignes et le jalonnement. »

A.3 | Bilan des RLP en vigueur

Sur les 36 communes du Pays d'Aix, 12 sont dotées d'un Règlement Local de Publicité en vigueur :

- Aix-en-Provence, approuvé le 6 octobre 1998
- Bouc-Bel-Air, approuvé le 13 décembre 2018
- Fuveau, approuvé le 31 juillet 2020
- Gréasque, approuvé le 26 septembre 1990
- Meyreuil, approuvé le 29 juin 2016
- Les Pennes Mirabeau, approuvé le 28 novembre 1990
- Pertuis, approuvé le 6 juillet 2000
- Rousset, approuvé le 26 septembre 2013
- Le Tholonet, approuvé le 11 septembre 2017
- Trets, approuvé le 12 avril 2017
- Venelles, approuvé le 17 novembre 2010
- Vitrolles, approuvé le 12 juillet 2001

A.3.1 | RLP de la commune d'Aix-En-Provence

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 6 octobre 1998

ZONES DE PUBLICITE

23 zones de publicité restreinte :

ZPR 0.0 : secteur sauvegardé

ZPRO-1 : Extension du champ du secteur sauvegardé vers l'ouest et le sud-ouest, afin de protéger le « paysage urbain » du nouveau Centre-Ville, incluant quartiers anciens autour des Chartreux et quartiers neufs de Sextius-Mirabeau

ZPRO-2 : Cours Gambetta, de part et d'autre de la chaussée depuis la rue d'Italie jusqu'au croisement avec la traverse Paul Beltcaguy

ZPRO-3 : RD17 (Route du Tholonet), de part et d'autre de la chaussée depuis le boulevard Ecoles Militaires de Saint-Cyr et de Saint Maixent, avenue du Général Préaud

ZPRO-4 : Cours des Arts et Métiers, jusqu'au rétrécissement de la voie, à hauteur de St-Thomas

ZPRO-5 : Boulevard François et Emile Zola, avenue Jean Moulin et Route de Sisteron, de part et d'autre de la chaussée, depuis la place Bellegarde, jusqu'au panneau de fin d'agglomération

ZPRO-6 : Avenue Jules Isaac, de part et d'autre de la chaussée dans sa totalité

ZPRO-7 : Cours des Minimes, de part et d'autre de la chaussée dans sa totalité

ZPRO-8 : Avenue René Cassin, de part et d'autre de la chaussée dans sa totalité

ZRO-9 : RD10 (Route de Vauvenargues), de part et d'autre de la chaussée depuis Pont de Béraus, après le lycée Cézanne, jusqu'au panneau de fin d'agglomération.

ZPRO-10 : RD14 (Avenue Philippe Solari/Avenue Fernand Benoit), de part et d'autre de la chaussée depuis le carrefour d'avec l'avenue de La Violette jusqu'au panneau de fin d'agglomération.

ZPRO-11 : Route de Nice – RN7 : depuis le pont de l'autoroute jusqu'à 100 mètres au-delà du carrefour avec la route de Meyreuil (Pont des 3 Sautets), de part et d'autre de la chaussée

ZPRO-12 : Agglomération de Célony

ZPRO-13 : Agglomération des Platanes, car elle est comprise dans le périmètre de la ZPPAUP

ZPRO-14 : Les Milles – Centre-ville

ZPRO-15 : Luynes – Centre-Ville

ZPRO-16 : Luynes : Quartier dit « Turin »

ZPRO-17 : Les agglomérations situées sur le plateau de Puyriscard

ZPRO-18 : Agglomération de la Mérindole

ZPRO-19 : Agglomération des Granettes

ZPR1 : relative au domaine privé de la SNCF

ZPR2 : la publicité y est autorisée dans le cadre des dispositions du Titre III du présent document.

ZPR3 : exclusivement créée pour la réglementation des enseignes

7 zones de publicité autorisée :

ZPA-1 : RN296

ZPA-2 : Entrée de ville par RN7, entre le carrefour de la Calade et le chemin d'Antonelle

ZPA-3 : Entrée de ville par RN7, entre le carrefour de Lignane et la vallée de la Touloubre

ZPA-4 : RD 65

ZPA-5 : Pont des 3 Sautets

ZPA-6 : Pôle d'activités des Milles

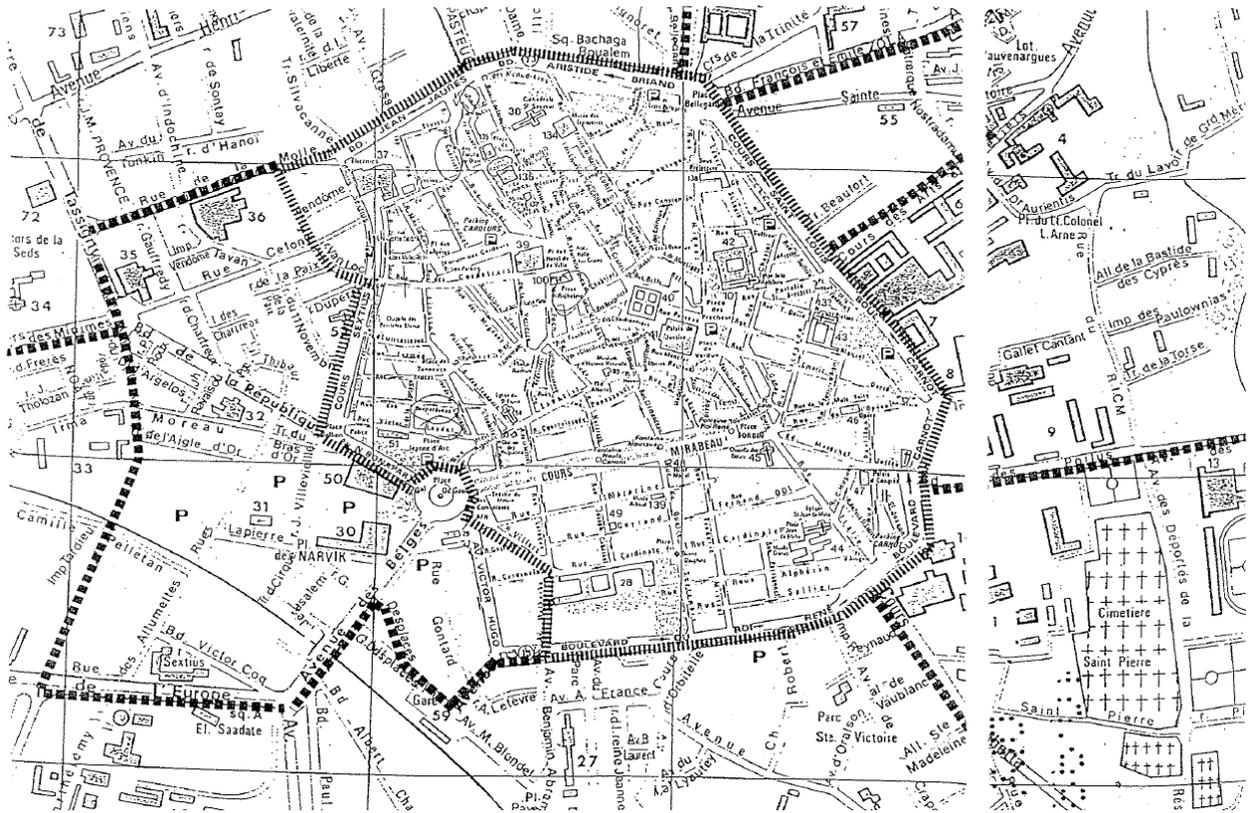
ZPA-7 : Emprise foncière de la STEP de la Pioline

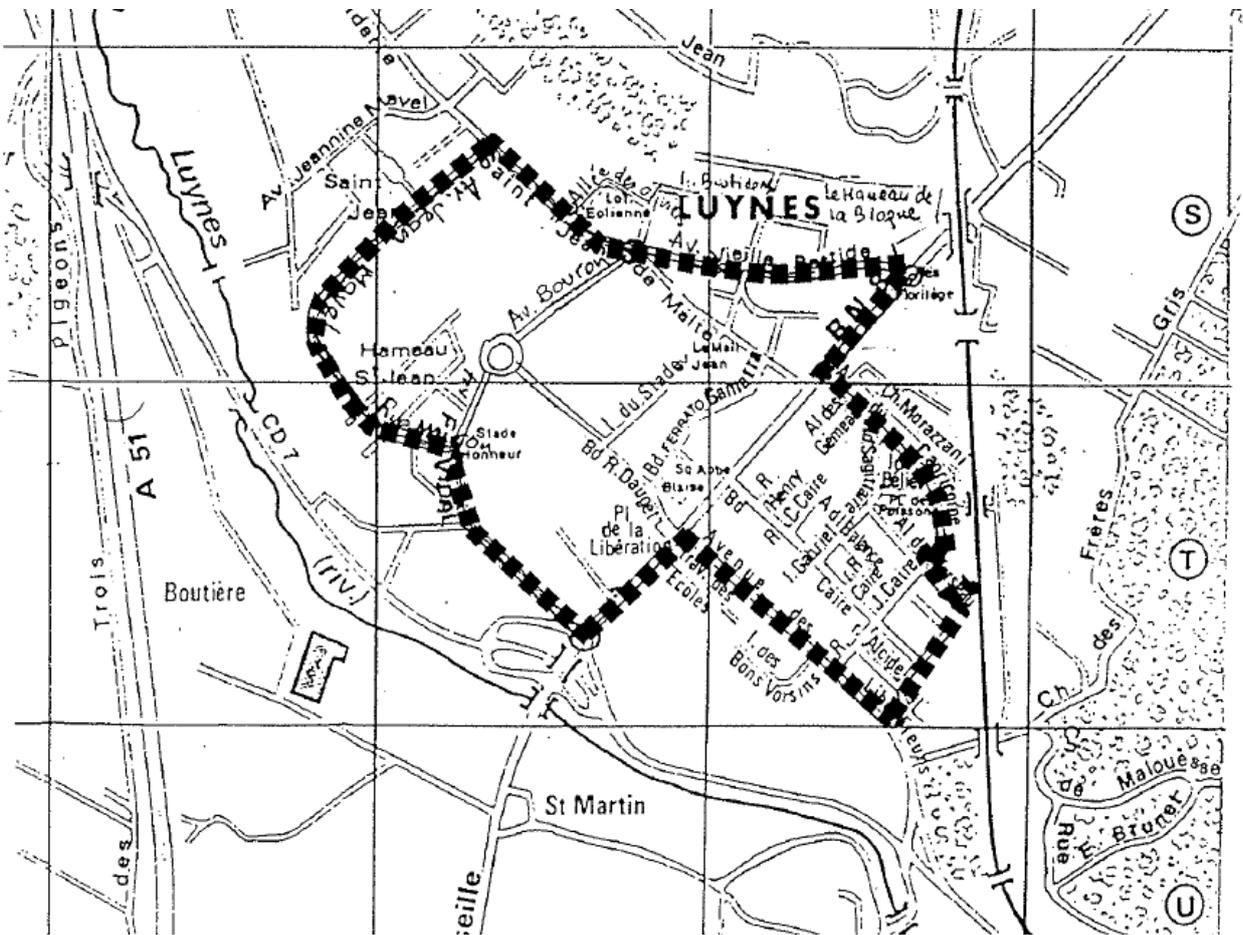
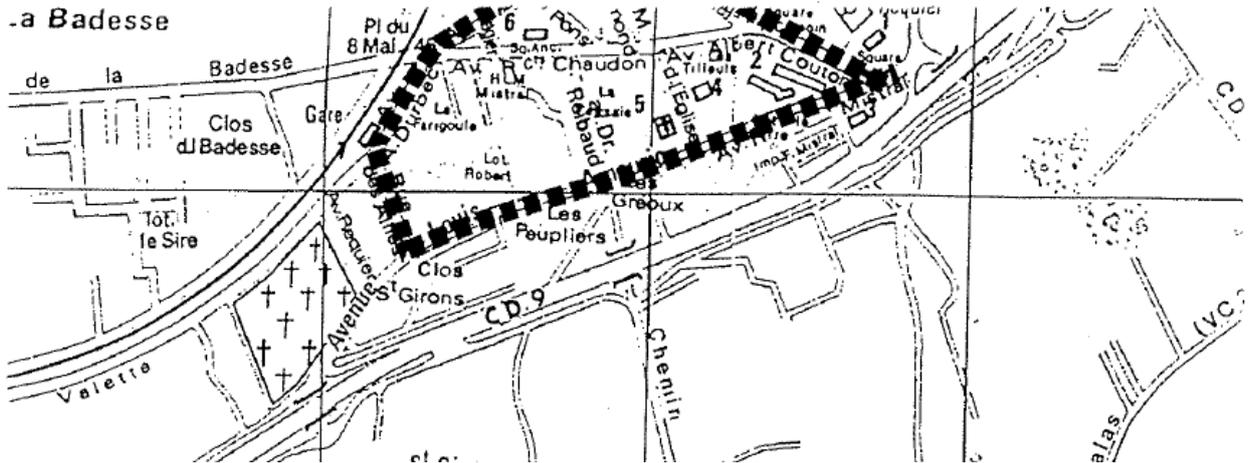
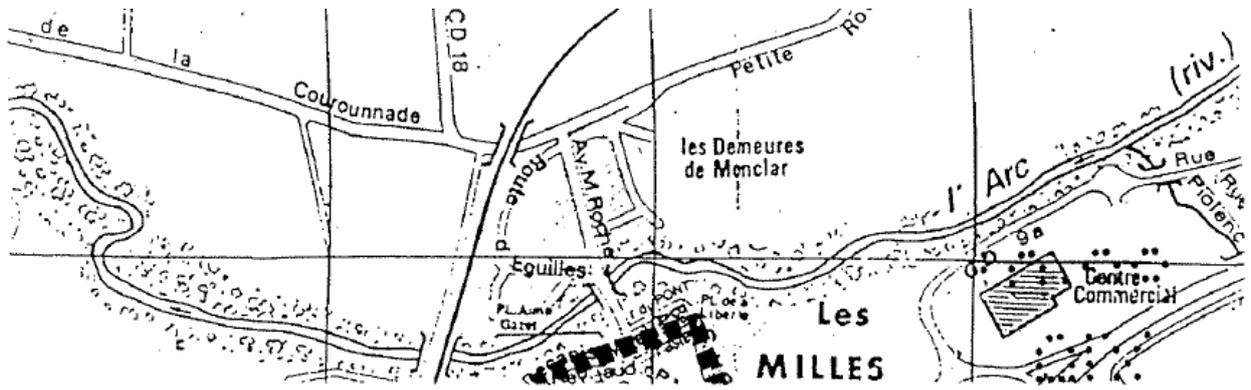
DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités et préenseignes :

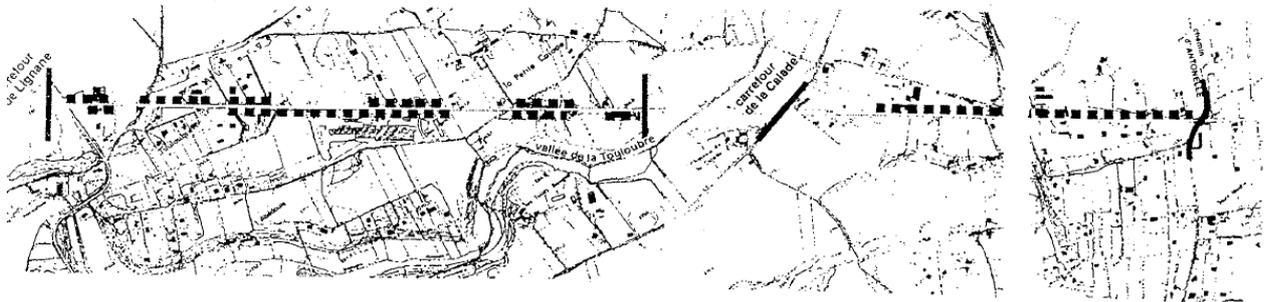
	ZPRO0	ZPRO-1 à ZPRO.19	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPA1 à ZPA7
Sur mur	INTERDITE	INTERDITE	Autorisé sur Talus (interdistance de 60m) doublons uniquement de part et d'autre des ponts	12m ² (interdistance de 60m) Hauteur 7,50m		12m ² (interdistance de 60m) Hauteur 7,50m
Scellée au sol	INTERDITE	INTERDITE		12m ² (interdistance de 60m) Hauteur 6m		12m ² (interdistance de 60m) Hauteur 6m
Sur mobilier urbain	Maintien des dispositifs existants	8m ²	8m ²	8m ²	8m ²	8m ²
Publicité lumineuse	INTERDITE SUR TOUTE LA COMMUNE					

Enseignes : pas de règles spécifiques.





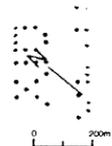
ENTRE LE CARREFOUR DE LIGNANE ET LA VALLEE DE LA TOULOUBRE
 ENTRE LE CARREFOUR DE LA CALADE ET LE CHEMIN D'ANTONELLE



1998

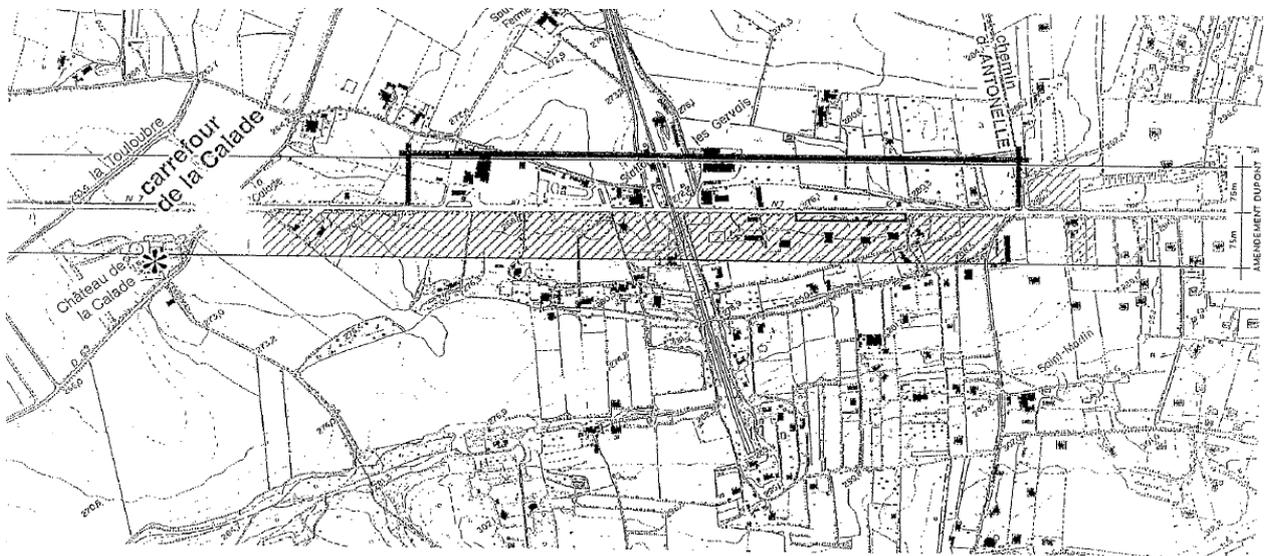
----- ZONE DE PUBLICITE AUTORISEE - ZPA

RETRAIT DE 200m / CARREFOUR DE LIGNANE ET DE LA CALADE



ENTRE LE CARREFOUR DE LA CALADE ET LE CHEMIN D'ANTONELLE

espaces publicitaires



1998



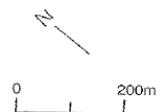
espaces publicitaires autorisés epa

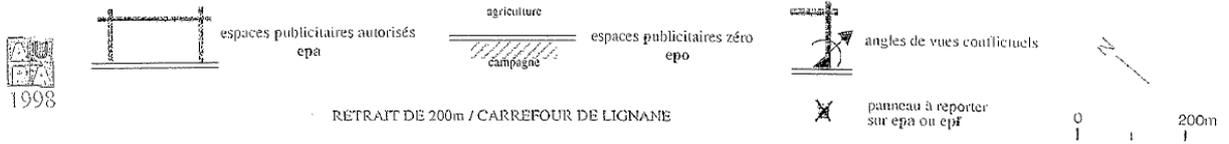
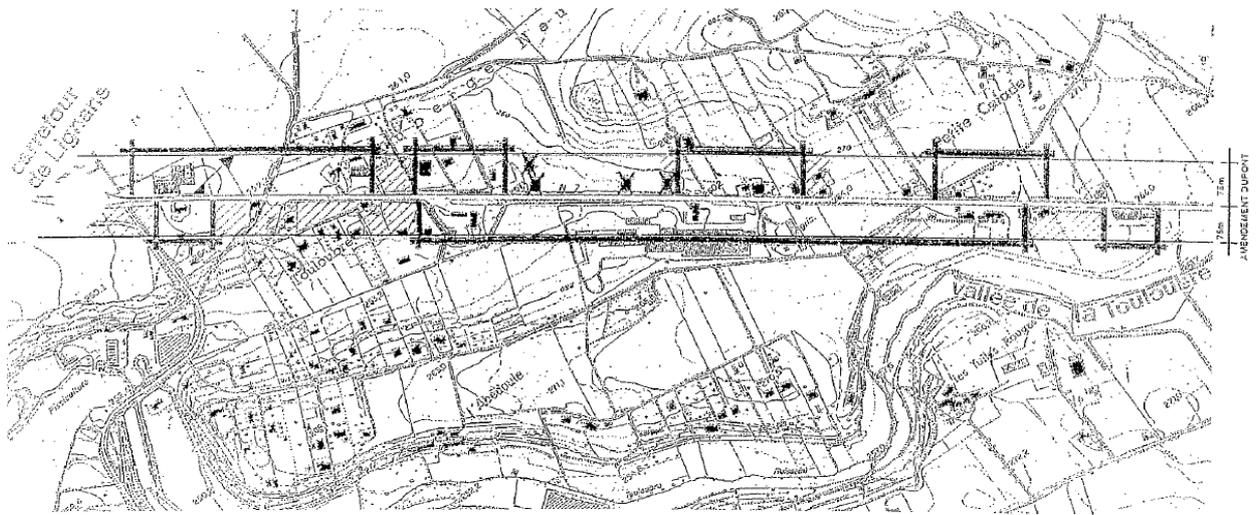


agriculture campagne
 espaces publicitaires zéro epo

proposition Aire d'Information

RETRAIT DE 200m / CARREFOUR DE LA CALADE





A.3.2 | RLP de la commune de Bouc Bel Air

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)

Date d'approbation : 13/12/2018

ZONES DE PUBLICITE

5 zones de publicité :

ZPR1 : Centre du village

ZPR2 : Axe RDN8

ZPR3 : Pôles commerciaux de proximité

ZPR4 : Zone d'activités et de loisirs

○ ZPR4.1 : Zone de loisir Décathlon village

○ ZPR4.2 : Zone d'activités

ZPR5 : Reste du territoire

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités / préenseignes

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4.1	ZPR4.2	ZPR5
Publicités et préenseignes						
Sur mur	INTERDITE	1/UF d'un linéaire minimum de 40m dans la limite de 2/UF. - Interdistance: 40m min. - Distance limites séparatives : 15m minimum. - Surf : 2m ² , H : 4m	INTERDITE			INTERDITE
Scellée au sol	INTERDITE	1 par établissement 2m ² max	INTERDITE			
Sur mobilier urbain	2m ² max	2m ² max	2m ² max			

Enseignes

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4.1	ZPR4.2	ZPR5
Parallèles à la façade						
Ratio						
○ façade <50m ²	20%		25%			15%
○ façade >50m ²			15%			
Nombre						
○ façade <50m ²	1 dispositif max par façade (2 dispositifs max par établissement)					1 dispositif max par établissement
○ 50m ² <façade<200m ²	1 dispositif max par façade (2 dispositifs max par établissement)					
○ façade>200m ²						
Dimension						
○ façade <50m ²	2m ²	6m ² cumulés	6m ² cumulés	8m ² cumulés	6m ² cumulés	2m ²
○ 50m ² <façade<200m ²	6m ² cumulés	12m ² cumulés	8m ² cumulés	25m ² cumulés	12m ² cumulés	6m ² cumulés max
○ façade>200m ²		25m ² cumulés			25m ² cumulés	
Hauteur	0,5 m	0,8 m (pour façade supérieur 200m ²)	0,6 m		-	0,6 m
Activités à l'étage						
Nombre	1 dispositif parallèle ou perpendiculaire (au choix)		1 dispositif parallèle			

Dimension	1m ² (si parallèle) sinon règle du RDC (perpendiculaire)	Même règle que RDC				2m ²
Perpendiculaires à la façade						
Nombre	1 par établissement	INTERDITE				
Dimension	0,6*0,6*0,25m					
Saillie	0,70m					
Scellées au sol						
Nombre	INTERDITE	1 si établissement non visible depuis la RDn8 (mutualisation s plus de 2 établissements)	INTERDITE	3 par U.F, 1 max par linéaire de façade bordant une voie ouverte à la circulation publique	1 par U.F, si établissement non visible depuis la RDn8 (mutualisation s plus de 2 établissements)	1 si établissement non visible depuis la RDn8 (mutualisation s plus de 2 établissements)
Surface max		1m ²		12m ²	2m ² par dispositif ou 4m ² si mutualisation	2m ² par dispositif ou 4m ² si mutualisation
Hauteur max		2m		4m	2m par dispositif ou 4m si mutualisation	2m
Enseigne sur toiture						
Nombre	INTERDITE	1 par étab. > 1000m ² de surface de vente	INTERDITE			
Surface max		40m ²				
Hauteur max		2,50m				
Enseigne sur clôture						
Nombre	1/étab. uniquement sur une clôture aveugle s'il y a une impossibilité de l'apposer sur la façade commerciale.	INTERDITE				
Surface	2m ²					



- Légende**
- ▭ Périmètre d'agglomération
 - ▭ Paroisses de limite d'agglomération
 - ▭ Secteurs préservés
 - ▭ ESC et Zones Naturelles en agglomération à proximité du titre de l'art. R151-38 du code de l'urbanisme
 - ★ Monuments historiques
 - ★ Éléments du patrimoine protégés (art. L51-19 CU)
- Zonage RLP :**
- ▭ Zone 1 : Centre-village
 - ▭ Zone 2 : Axe RD6N
 - ▭ Zone 3 : Pôles commerciaux de proximité
 - ▭ Zone 4.1 : Zone de loisirs de Décaathlon-village
 - ▭ Zone 4.2 : Zones d'activités
 - ▭ Zone 5 : Reste du territoire
- Ce zonage est susceptible d'être révisé en fonction des évolutions de l'urbanisme et des besoins de la commune.
 Il est soumis à l'approbation du conseil municipal de Bouc-Bel-Air.
 Il est révisé par délibération du conseil municipal de Bouc-Bel-Air.
 Approuvé par délibération du conseil municipal de Bouc-Bel-Air le 10/12/2018.

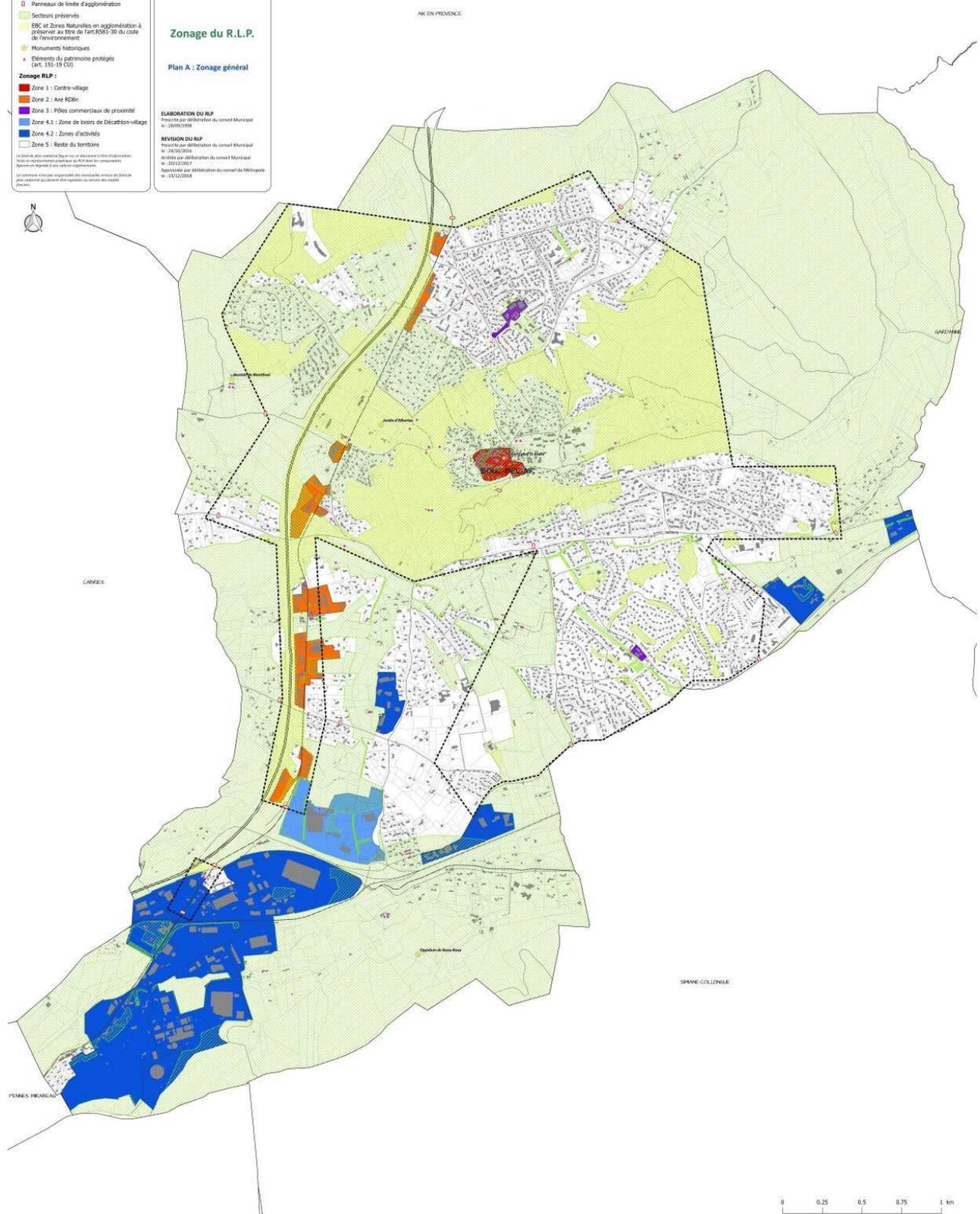
Annexe II :
Document graphique

Zonage du R.L.P.

Plan A : Zonage général

ELABORATION DU RLP
 Présenté par délibération du conseil Municipal le 10/12/2018
 Approuvé par délibération du conseil Municipal le 10/12/2018

REVISION DU RLP
 Présenté par délibération du conseil Municipal le 10/12/2018
 Approuvé par délibération du conseil Municipal le 10/12/2018



A.3.3 | RLP de la commune de Fuveau

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 31/07/2020

ZONES DE PUBLICITE

5 zones de publicité :

ZPR1 : Centre du village – Hameau de la Barque

ZPR2 : Axes pénétrants : RD46 et RD46b

ZPR3 : Axes structurants : RD6 et RD96

ZPR4 : Zone d'activités

ZPR4.1 : ZA Saint-Charles

ZPR4.2 : ZA La Barque

ZPR5 : Reste du territoire

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités/préenseignes :

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4.1	ZPR4.2	ZPR5
Publicités						
Sur mur	INTERDITE	2m ² 1 par mur aveugle et par bâtiment	INTERDITE	INTERDITE		INTERDITE
Scellée au sol	INTERDITE	INTERDITE	INTERDITE	INTERDITE		
Sur mobilier urbain	2m ² max	2m ² max	INTERDITE	INTERDITE	2m ² max	
Préenseignes						
Sur mur	INTERDITE					
Scellée au sol						

Enseignes :

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZPR4.1	ZPR4.2	ZPR5
Parallèles à la façade						
Ratio						
o façade <50m ²	20%	20%	25%	25%	15%	
o façade >50m ²	15%	15%	15%	15%	15%	
Nombre						
o façade <50m ²	1	1	1 (si 1 vitrine) 2 (si 2 vitrines)	1 (si 1 vitrine) 2 (si 2 vitrines)	1	
o 50m ² <façade<200m ²	2	2	3 par établissement	2	1 sur vitrine dans la limite de 2 par établissement	
o façade>200m ²	2	3 (si 2 vitrines) 2 (si 1 vitrine)		3		
Dimension						
o façade <50m ²	2m ²	4m ²	2m ²	8m ²	2m ²	
o 50m ² <façade<200m ²	4m ²	6m ²	10 m ² cumulé max	12m ² par enseigne	6m ² cumulé max	
o façade>200m ²	4m ²	12m ²		25m ² par enseigne		
Hauteur	0,5 m	0,6 m	0,8 m	-	0,6 m	
Activités à l'étage						
Nombre	1 dispositif parallèle ou perpendiculaire (au choix)		1 dispositif parallèle	INTERDITE		1 dispositif parallèle
Dimension	1m ²	2m ²	Même règle que RDC			2m ²

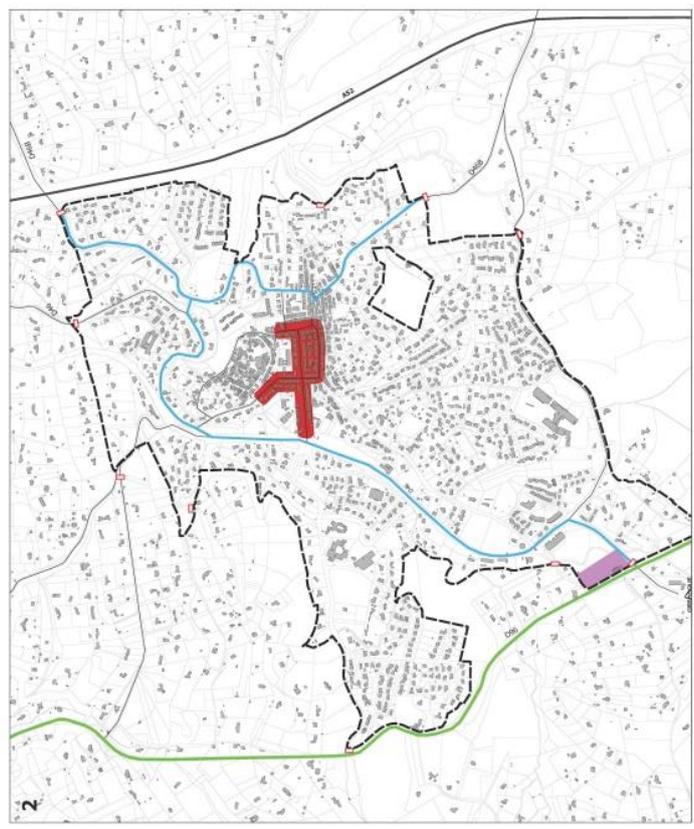
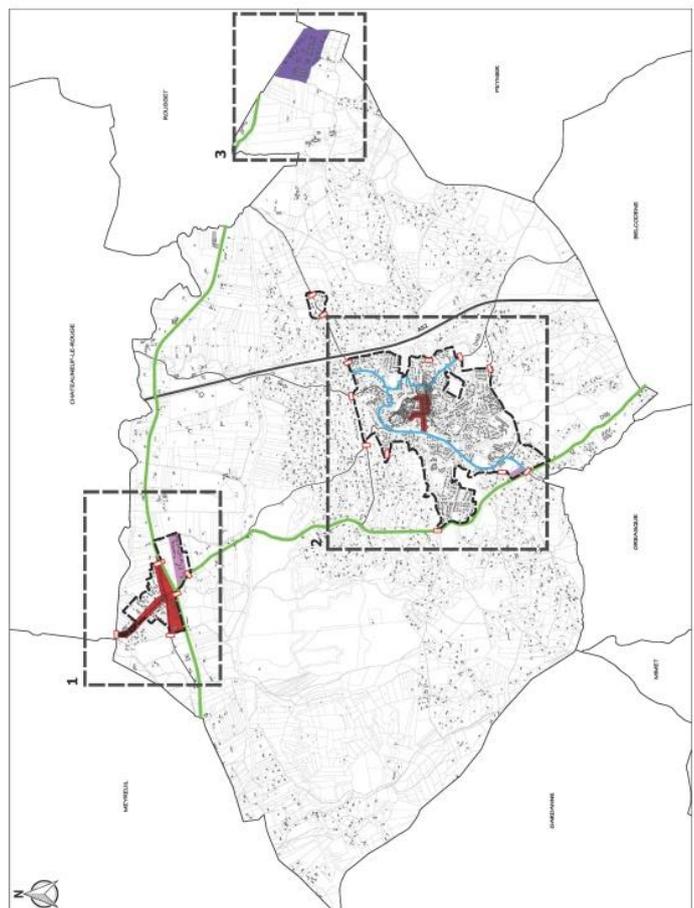
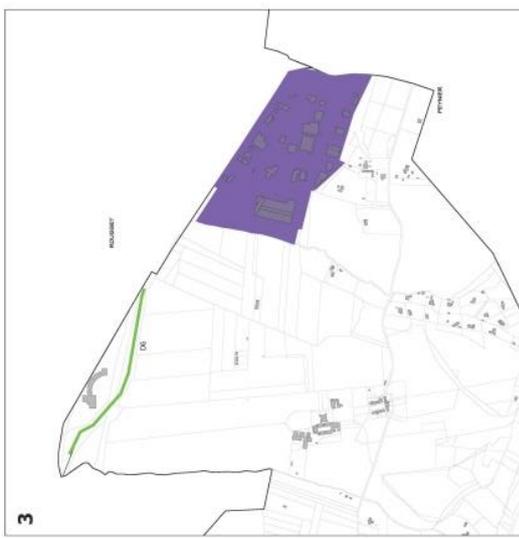
<i>Perpendiculaires à la façade</i>						
<i>Nombre</i>	<i>1 par établissement</i>	<i>1 par établissement</i>	<i>INTERDITE</i>	<i>INTERDITE</i>	<i>INTERDITE</i>	<i>INTERDITE</i>
<i>Dimension</i>	<i>0,6*0,6*0,25m</i>	<i>0,8*0,8*0,25m</i>				
<i>Saillie</i>	<i>0,70m</i>	<i>0,90m</i>				
<i>Scellées au sol</i>						
<i>Nombre</i>	<i>INTERDITE</i>	<i>1 si établissement non visible ou en retrait (20 m) de la voie publique</i>	<i>3 par établissement avec 20 m d'interdistance entre chaque enseigne</i>	<i>3 par établissement avec 20 m d'interdistance entre chaque enseigne</i>	<i>INTERDITE (sauf enseignes stations-services sur prix carburants)</i>	<i>1 si établissement non visible ou en retrait (20 m) de la voie publique</i>
<i>Surface max</i>		<i>1m²</i>	<i>2m²</i>	<i>2m²</i>	<i>-</i>	<i>1m²</i>
<i>Hauteur max</i>		<i>2m</i>	<i>3m</i>	<i>3m</i>	<i>-</i>	<i>2,5m</i>

Département des Hauts-de-Seine
 Communauté de l'Estrie
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
 3. Arrêtés

3.2 Document graphique
Zonage du R.L.P.
 Plan B : Zooms
 1:5000

Légende
 - Hachures d'alignement
 - Perimètre de l'aire d'agglomération
Zonage R.L.P.
 - Zone 1 : Centre-ville et hameau de La Baraque
 - Zone 2 : Aires secondaires (IODE et IODH)
 - Zone 4.1 : Zone d'activité de Saint Charles
 - Zone 4.2 : Zone d'activité de la Baraque et de la Chapelle
 - Zone 5 : Aires de territoire

Le Plan B est un document d'élaboration de l'arrêté local de publicité. Il ne constitue pas un document réglementaire. Les zones de publicité sont définies par les arrêtés locaux de publicité. Les zones de publicité sont définies par les arrêtés locaux de publicité. Les zones de publicité sont définies par les arrêtés locaux de publicité.



A.3.4 | RLP de la commune de Gréasque

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 26/09/1990

ZONES DE PUBLICITE

Toute l'agglomération communale est une zone de publicité restreinte

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

	<i>Toute l'agglomération communale</i>
Publicités	
Sur mur	Autorisée – Dispositions RNP
Scellées au sol	INTERDITE
Sur mobilier urbain	Autorisée – Dispositions RNP
Préenseignes	
Sur mur	Autorisée – Dispositions RNP
Scellées au sol	Autorisée Max 1m x 1,5 m
Enseignes	
Parallèles à la façade	-
Perpendiculaires à la façade	-
Scellées au sol	
Nombre	1 dispositif double face ou 2 dispositifs simples placés le long de la voie bordant l'immeuble d'activité
Surface max	6m ²
Hauteur max	-
Enseigne sur toiture	-
Enseigne sur clôture	-

A.3.5 | RLP de la commune de Meyreuil

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 29/06/2016

ZONES DE PUBLICITE

2 zones de publicité :

ZPR : Le Plan et Le Canet

ZPi : Le reste du territoire

3 zones d'enseignes :

Zone de centralité 1 - ZC1 : Le Plan (hormis la ZAC du carreau de la Mine et la ZA de la Sarrière)

Zone de centralité 2 – ZC2 :

- Le Canet
- La ZAC du Careau de la Mine
- La ZA de la Sarrière

Zone d'enseignes discrètes (ZED) : le reste du territoire

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

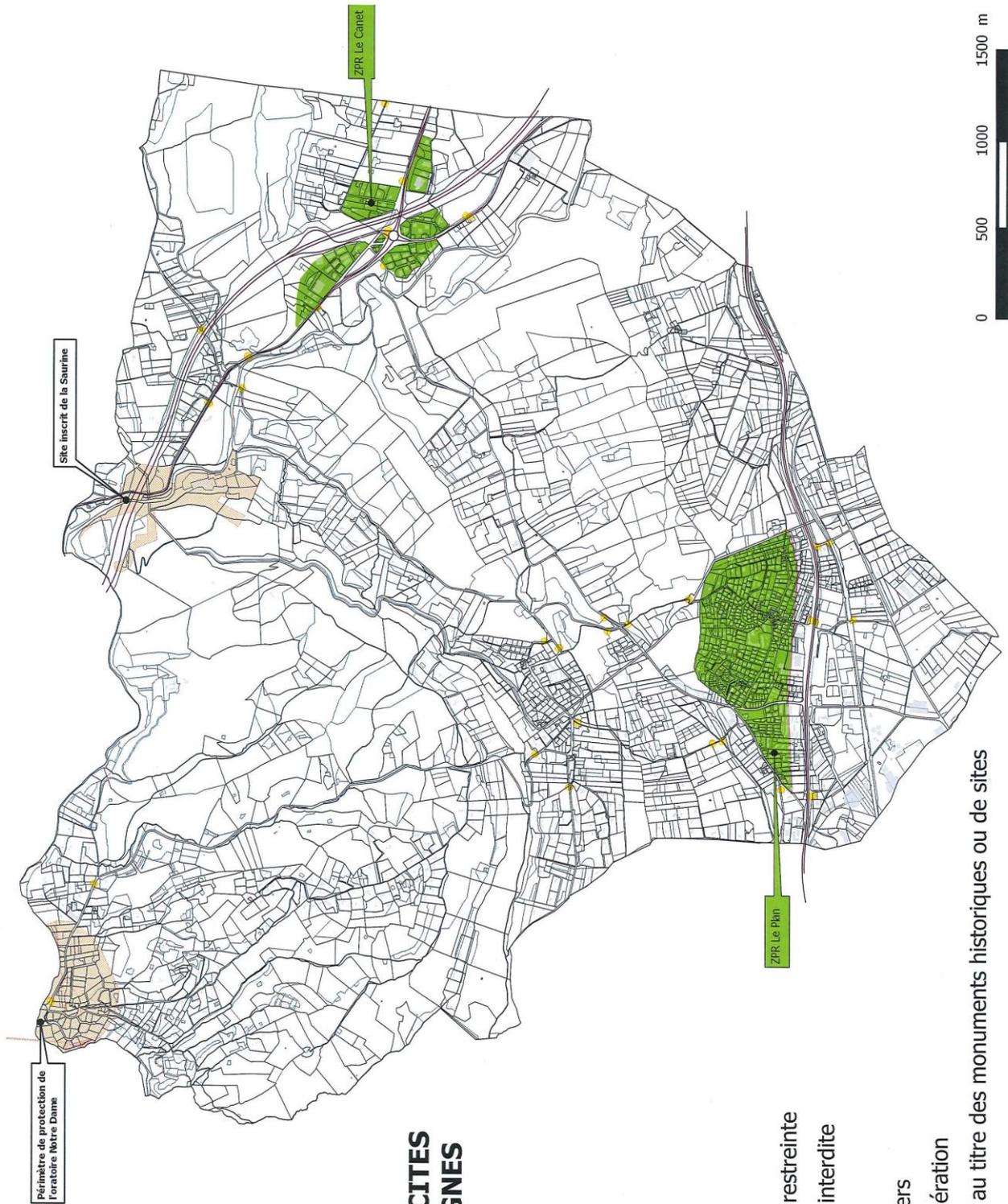
Publicités et préenseignes :

La publicité lumineuse, éclairée par projection ou transparence est interdite sur tout autre support qu'un dispositif scellé au sol.

	ZPR	ZPi
Sur mur	INTERDITE	INTERDITE
Scellée au sol	4m ² et 4m ² de haut	
Sur mobilier urbain	Autorisé uniquement sur abri bus	

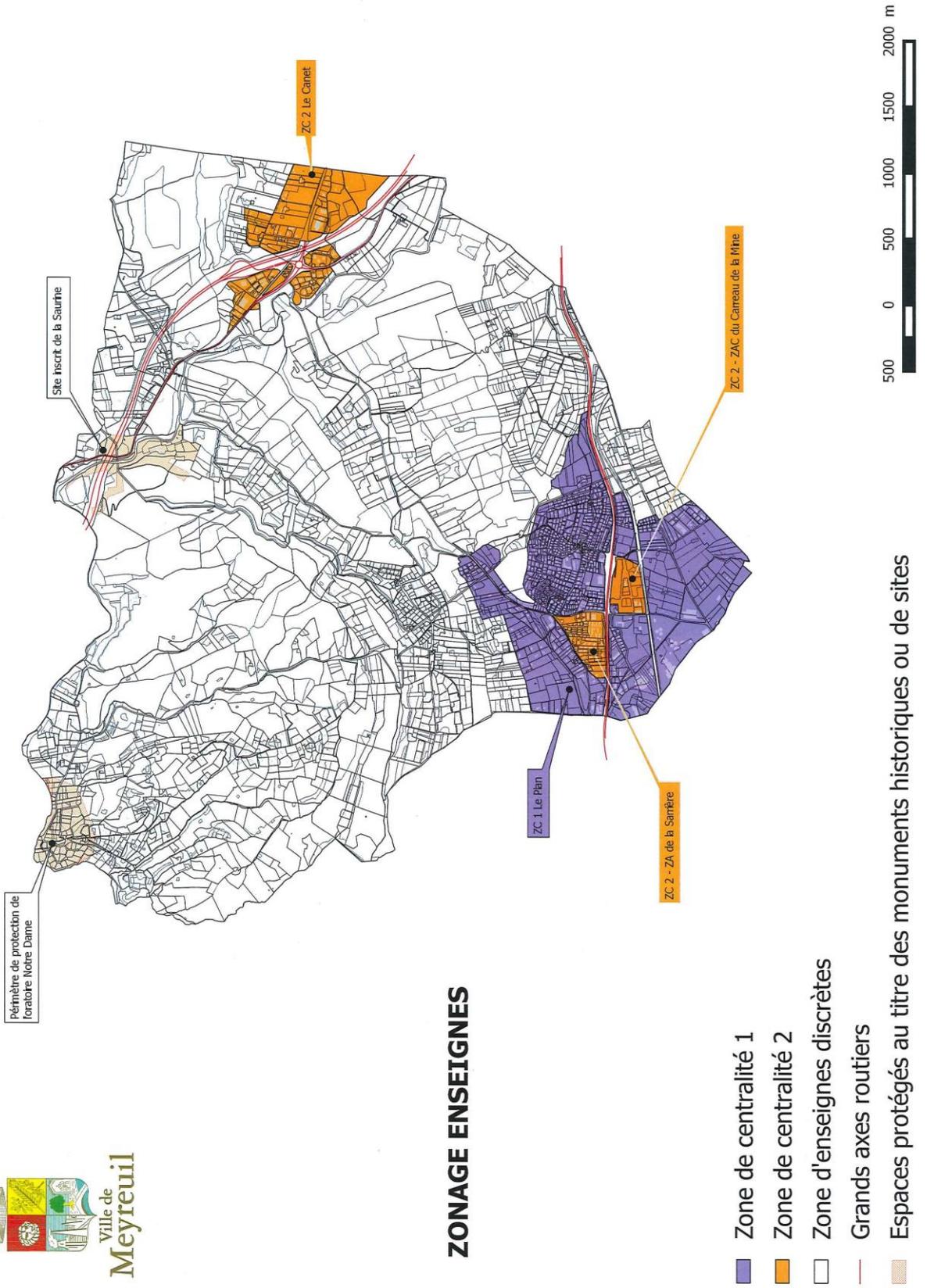
Enseignes :

	ZC1	ZC2	ZED
Enseigne sur toiture, mur de clôture non aveugle, balcons et marquises			
	INTERDITE		INTERDITE
Parallèles à la façade			
Ratio	15%		10%
Nombre	-		1
Dimension	4m ²	9m ²	4m ²
Perpendiculaires à la façade			
Nombre	1		
Dimension	0,5m ²		
Saillie	1m		
Scellées au sol			
Nombre	2 par UF		1
Surface max	1 dispositif principal de 3m ² max puis l'autre d'1m ² max (station-service peuvent aller jusque 6m ²)		1m ² (station-service peuvent aller jusque 6m ²)
Hauteur max	3m		3m
Sur mur de clôture			
Nombre	2 dispositifs par activités		1
Surface max	2m ²		2m ² (mutualisation si plusieurs activités sur la même UF)



ZONAGE PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

- Zone de publicité restreinte
- Zone de publicité interdite
- bande 100m
- grands axes routiers
- panneaux agglomération
- Espaces protégés au titre des monuments historiques ou de sites



A.3.6 | RLP de la commune des Pennes Mirabeau

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 28/11/1990

ZONES DE PUBLICITE

ZPRO – Site inscrit du village + une partie des Cadeneaux

ZPR1 – Reste de l'agglomération des Cadeneaux / La Gavotte

ZPA1 – ZA de l'Agavon

ZPA2 – Zone commerciale de Plan de Campagne

ZPA3 – rond-point place du General De Gaulle

ZPA4 – Ancienne RN113 entre le carrefour Cegelec et Vitrolles

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

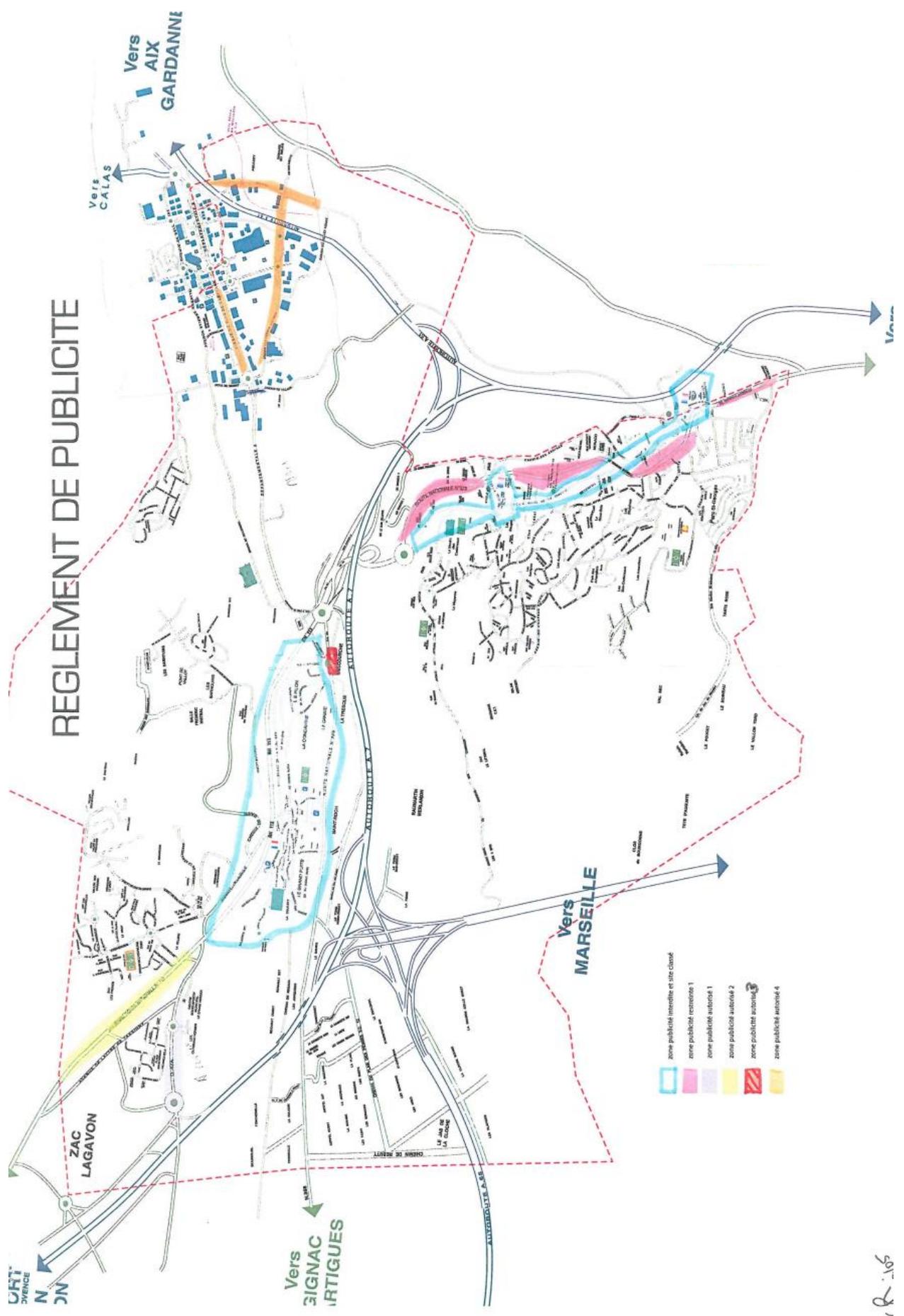
Publicités et préenseignes :

	Mural	Scellé au sol	Sur mobilier urbain
ZPRO	Interdit		RNP
ZPR1	Autorisé 1 à 4 dispositifs par UF 12 m ² <u>cumulés</u> maximum	Interdit	
ZPA1	Autorisé 2 dispositifs par UF 50% de la surface du mur maximum	Autorisé Sur UF ≤ 50m : 1 dispositif Sur UF > 50m : interdistance de 50m entre dispositifs, ou doublons	
ZPA2	Autorisé 50% de la surface du mur maximum	4 dispositifs par UF maximum Interdistance de 15 ou 20m entre dispositifs, ou doublons	
ZPA3	Autorisé 3 dispositifs par UF 50% de la surface du mur maximum	Interdit	
ZPA4	Autorisé 4 dispositifs par UF 50% de la surface du mur maximum	4 dispositifs par UF maximum Interdistance de 15 ou 20m entre dispositifs, ou doublons	

Enseignes :

Pas de règles particulières à l'exception de la disposition suivante :

« Dans le centre urbain [...], les enseignes sur balcon sont autorisées en matériaux translucides ou lettres découpées »



R.105

A.3.7 | RLP de la commune de Pertuis

Agglomération de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Date d'approbation : 06/07/2000

ZONES DE PUBLICITE

7 zones de publicité en agglomérations :

ZPR1 : Entrée de ville avec activités

ZPR3 : Pénétrante ou rocade avec activités

ZPR4 : Pénétrante ou rocade verte

ZPR5 : tour de ville et principale rues commerçantes

ZPR6 : centre historique

ZPR7 : quartiers résidentiels

ZPR9 : zones d'activités en agglo

3 zones de publicité hors agglomérations :

ZPA 1-2-3 : zones d'activités hors agglo

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités/préenseignes

La publicité sur véhicules terrestres est interdite.

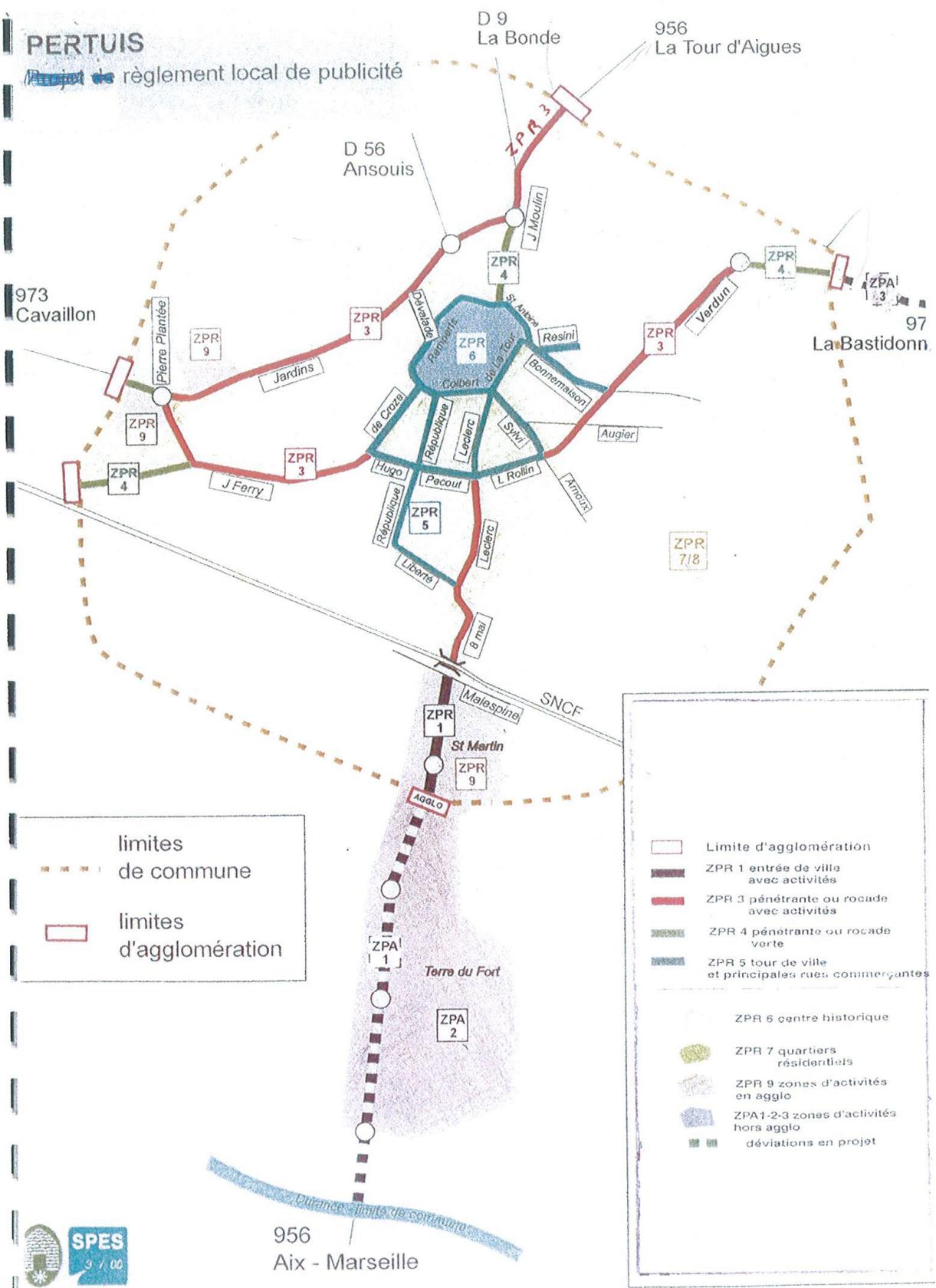
	ZPR1	ZPR3	ZPR4	ZPR5	ZPR6	ZPR7	ZPR9	ZPA1-	ZPA2	ZPA3	
Sur mur											
Nombre	3 dispositifs max de format		INTERDITE					3 dispositifs max	IDEM ZPR9	INTERDITE	
Surface	4m ²							4m ²			
Hauteur	6m							6m			
Scellée au sol (Emplacements définis en annexe du RLP en vigueur)											
Surface	INTERDITE	4m ²	INTERDITE					4m ²	IDEM ZPR9	INTERDITE	
Dimensions		2,40 X 1,60						2,40 X 1,60			
Sur mobilier urbain (nombre de mobilier urbain limité à 20 dispositifs hors abri-voyageurs)											
	2m ² (abri voyageurs uniquement)	2m ² (abri voyageurs et sucettes)			INTERDITE	2m ² (abri voyageurs et sucettes)		2m ² (abri voyageurs uniquement)	IDEM ZPR9	2m ² (abri voyageurs uniquement)	

Enseignes

	ZPR1	ZPR3	ZPR4	ZPR5	ZPR6	ZPR7	ZPR9	ZPA1	ZPA2	ZPA3	
Enseignes sur balcons, clôture non aveugle sont interdites											
Parallèles à la façade											
Surface totale											
	20m ²	8m ²	2m ²	4m ²	4m ²	4m ²	20m ²	IDEM ZPR1	IDEM ZPR9	8m ²	
Perpendiculaires à la façade											
Nombre	1	1	1			1	1	IDEM ZPR1	IDEM ZPR9	1	
Dimension	2m ²	2m ²	1,50m ²			-	2m ²			2m ²	
Scellées au sol											
Nombre	-	-	INTERDITE					-	IDEM ZPR1	IDEM ZPR9	-
Surface max	2m ²	2m ²						2m ²			
Hauteur max	6m	6m						6m			
Enseigne sur toiture											
Surface max	INTERDITE						autorisée	IDEM ZPR1	IDEM ZPR9	INTERDITE	
Hauteur max							1m				

PERTUIS

Règlement local de publicité



A.3.8 | RLP de la commune de Rousset

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)

Date d'approbation : 26/09/2013

ZONES DE PUBLICITE

4 zones de publicité :

ZR1 : Habitations et équipements en agglomérations

ZR2a : Activités en agglomération

ZR2b : Activités hors agglomération

ZR 3 – Hors agglomération

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités et préenseignes

	ZR1	ZR2a	ZR2b	ZR3
Sur mur	4m ² (hors murs de clôture et soutènement)	INTERDITE	INTERDITE	INTERDITE
Scellée au sol	INTERDITE	(Autorisée uniquement pour le CD6) 2m ² max et 2,75m de haut		
Sur mobilier urbain	2m ² (+ règles d'interdistance)	2m ² (+ règles d'interdistance)		

Enseignes

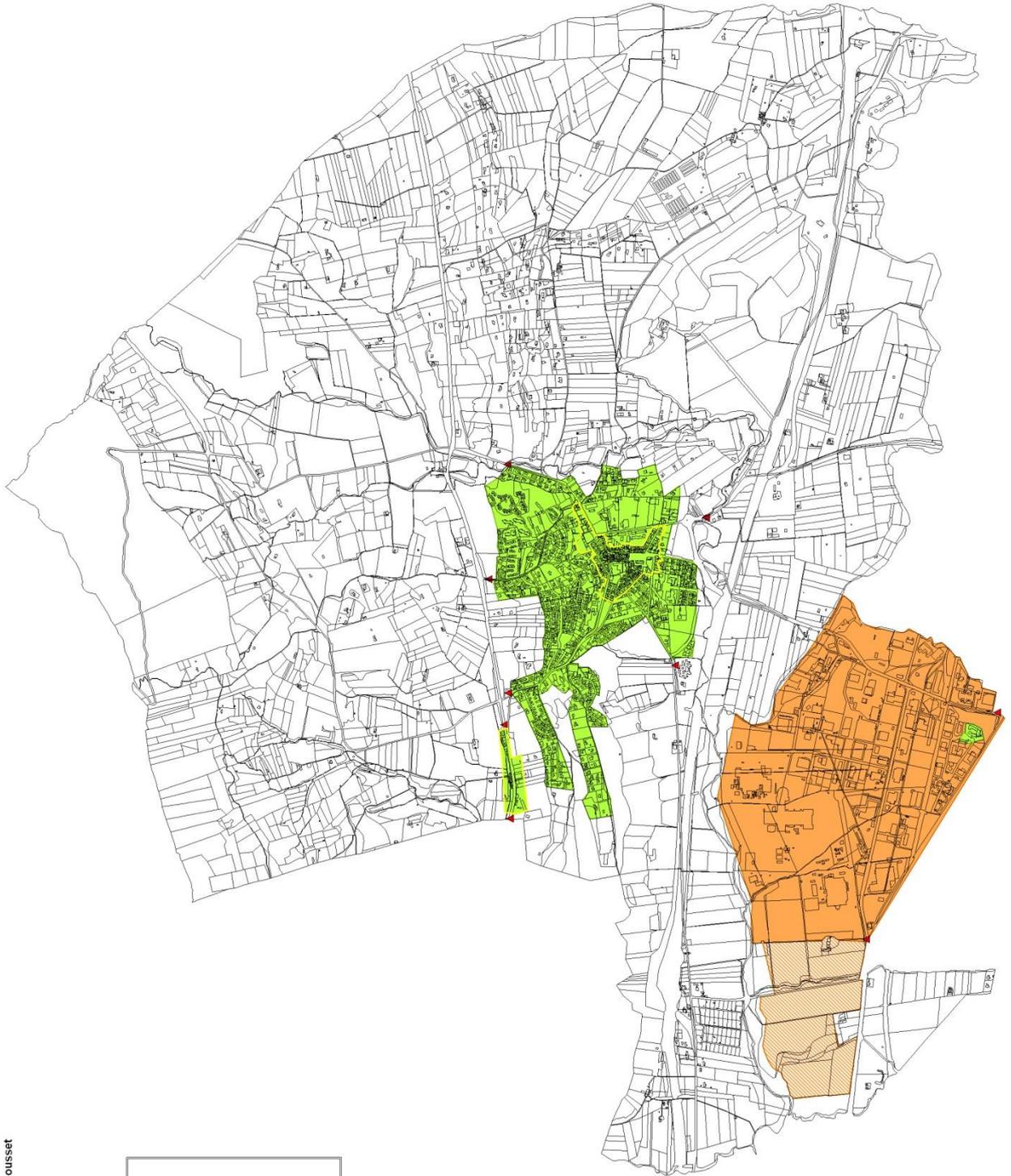
	ZR1	ZR2a	ZR2b	ZR3
Parallèles à la façade				
Nombre	1 (+1 si façade supérieur à 10ml)	15% de la façade max. 1 enseigne si façade < 20ml 2 enseignes si façade ≥ 20 m linéaires et < 50 m linéaires 3 enseignes ≥ 50 m linéaires	15% de la façade max. 1 enseigne si façade < 20ml 2 enseignes si façade ≥ 20 m linéaires et < 50 m linéaires 3 enseignes ≥ 50 m linéaires	15% de la façade max. 1 enseigne si façade < 20ml 2 enseignes si façade ≥ 20 m linéaires et < 50 m linéaires 3 enseignes ≥ 50 m linéaires
Dimension	Jusqu'à 12m ² (selon la vocation)	25m ² ou 50m ² unitaire si lettres découpées	12m ² ou 25m ² unitaire si lettres découpées	12m ² ou 25m ² unitaire si lettres découpées
Hauteur	0,8 m	-	-	-
Saillie	0,12 m	-	-	-
Perpendiculaires à la façade				
Nombre	1	1	INTERDITE	INTERDITE
Dimension	0,65 m ² (épaisseur de 0,12, hauteur de 0,80)	1 m ² (épaisseur de 0,12)		
Saillie	0,80	1		
Hauteur minimale par rapport au sol	2,50	2,50		
Scellées au sol				
Nombre	Autorisée uniquement si retrait d'un alignement de façade (5m) ou du bord extérieur de la chaussée (10m)	1 dispositif autorisé uniquement pour les activités en retrait (10m) ou pour les établissements distribuant du carburants	1 dispositif autorisé uniquement pour les activités en retrait (10m) ou pour les établissements distribuant du carburant	1 dispositif autorisé uniquement pour les activités en retrait (10m) ou pour les établissements distribuant du carburant
Surface max	2m ²	6m ² (Totem), 2m ² (monopied)	6m ² (Totem), 2m ² (monopied)	2m ² (Totem), 0,60m ² (monopied)
Hauteur max	2m	4m (Totem), 2,75 (monopied)	4m (Totem), 2,75 (monopied)	2m (Totem), 3,50m (monopied)
Enseigne sur toiture : INTERDITES				



Plan de Zonage RLP de Rousset



	ZR 1 - Habitations et équipements en agglomération
	ZR 1 - Secteurs d'interdiction de la publicité sur façade
	ZR 2a - Activité en agglomération
	ZR 2b - Activité hors agglomération
	ZR 3 - Hors agglomération
	Panneaux de limite d'agglomération



Cartographie Aïnos septembre 2013

A.3.9 | RLP de la commune du Tholonet

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 11 septembre 2017

ZONES DE PUBLICITE

4 zones de publicité :

ZPR « V » : Zone de Publicité Restreinte « Village »

ZPR « U » : Zone de Publicité Restreinte « Urbain »

ZPR « E » : Zone de Publicité Restreinte « Economie » -> Cette zone est divisée en 6 secteurs

ZPR « N » : Zone de Publicité Restreinte « Nature »

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités et préenseignes

	ZPR « V »	ZPR « U »	ZPR « E »	ZPR « N »
Sur mur	INTERDITE	INTERDITE (dérogation possible en format 2m ² et 2,5m de haut pour les activités non visibles)	En secteur 1, 2, 4 et 5 seules les préenseignes collectives sont autorisées 4m ² (hauteur 2m max)	INTERDITE
Scellée au sol			En secteur 1, 2, 4 et 5 seules les préenseignes collectives sont autorisées (Totem) 2m ² lorsqu'elles sont implantées à moins de 3 mètres de la RDN7 ou 8m ² au-delà. Max 2 unités par secteur En secteur 3 et 6 elles sont interdites	
Sur mobilier urbain			INTERDITE	
Numérique			Autorisée en secteur 1,2,4,5 et 6, dans la limite de 1 unité par secteur INTERDITE en secteur 3	

Enseignes

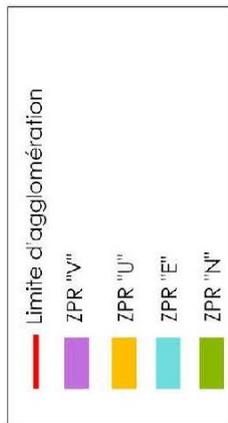
	ZPR « V »	ZPR « U »	ZPR « E »	ZPR « N »
Nombre maximal d'enseigne	1	2	2 (en secteur 1, 2, 4, 5 et 6) 4 (en secteur 3)	1
Parallèles à la façade				
Dimension	15% de la surface de cette façade ou 25% lorsque la façade est inférieure à 25m ² .			
Hauteur	1m de haut max pour l'enseigne principale. La proportion de l'enseigne à plat devra être L ≥ 4l. 1,50 m X1 m pour l'enseigne secondaire	1m de haut max pour l'enseigne principale La proportion de l'enseigne à plat devra être L ≥ 4l.. 1,50 m X1 m pour l'enseigne secondaire	(bâtiment de plein pied) 1m50 de haut et 25 mètres linéaires maximum. (bâtiment à étages avec occupation multiple) enseignes à plat limitées à 1m de haut et 15 mètres linéaires maximum. 2 m X1,50 m pour l'enseigne secondaire	1m de haut max pour l'enseigne principale. La proportion de l'enseigne à plat devra être L ≥ 4l. 1,50 m X1 m pour l'enseigne secondaire
Perpendiculaires à la façade				
Nombre	INTERDITE	1 max par façade (2 si établissement en angle de rue avec 10m l de façades cumulées)	INTERDITE	INTERDITE
Dimension		1m ²		

Saillie		1m		
<i>Scellées au sol</i>				
Nombre	INTERDITE	1	2 dispositifs autorisés uniquement en secteur 3.	INTERDITE
Surface max		2m ²	1,5 X 1,5m	
Hauteur max		2,5m	1,5	
<i>Enseigne sur toiture : INTERDITES</i>				

Il est institué 4 Zones de Publicité Restreinte dans l'agglomération du Tholonet, appelées : ZPR V, ZPR U, ZPR E, ZPR N :

**COMMUNE DU THOLONET
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

Délimitation des Zones de Publicité Restreinte :

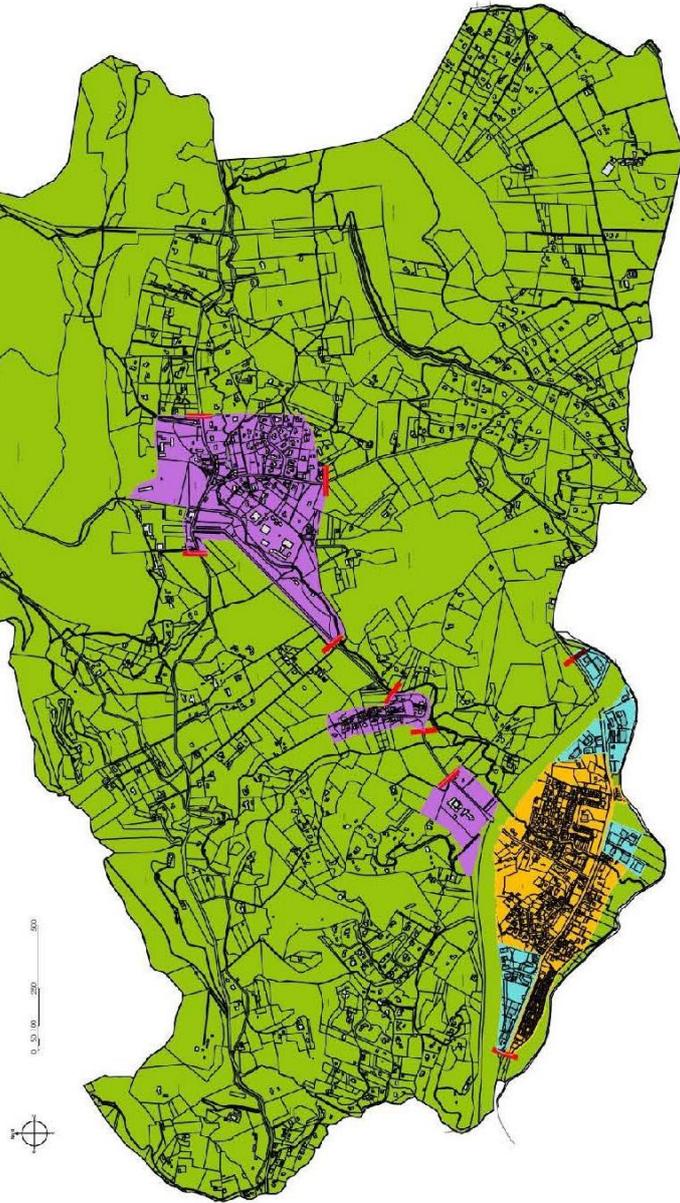


ZPR "V": Zone de Publicité Restreinte "Village":
 - Village, Châteaueu et ses abords, en dehors des périmètres protégés (Monuments historiques)
 - Les Artouls
 - De l'autoroute A63 jusqu'après le groupe scolaire

ZPR "U": Zone de Publicité Restreinte "Urbain":
 - Secteur Palette (hors zone éco)

ZPR "E": Zone de Publicité Restreinte "Economie":
 - Zone Economique en limite Est de Palette
 - Zone Economique de l'Escapade (en limite Ouest de Palette)

ZPR "N": Zone de Publicité Restreinte "Nature":
 Zone à dominante naturelle située hors agglomération



A.3.10 | RLP de la commune de Trets

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 12 /04/2017

ZONES DE PUBLICITE

3 zones de publicité :

ZP1 : Centre-ville (site inscrit du centre ancien de Trets)

ZP2 : couvre l'ensemble du Nord de la zone agglomérée. Elle se subdivise en ZP2A et ZP2B. La ZP2B couvre la zone d'activités de la Burlière.

ZP3 : couvre l'ensemble de la zone agglomérée au Sud de la commune comprenant les quartiers résidentiels.

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

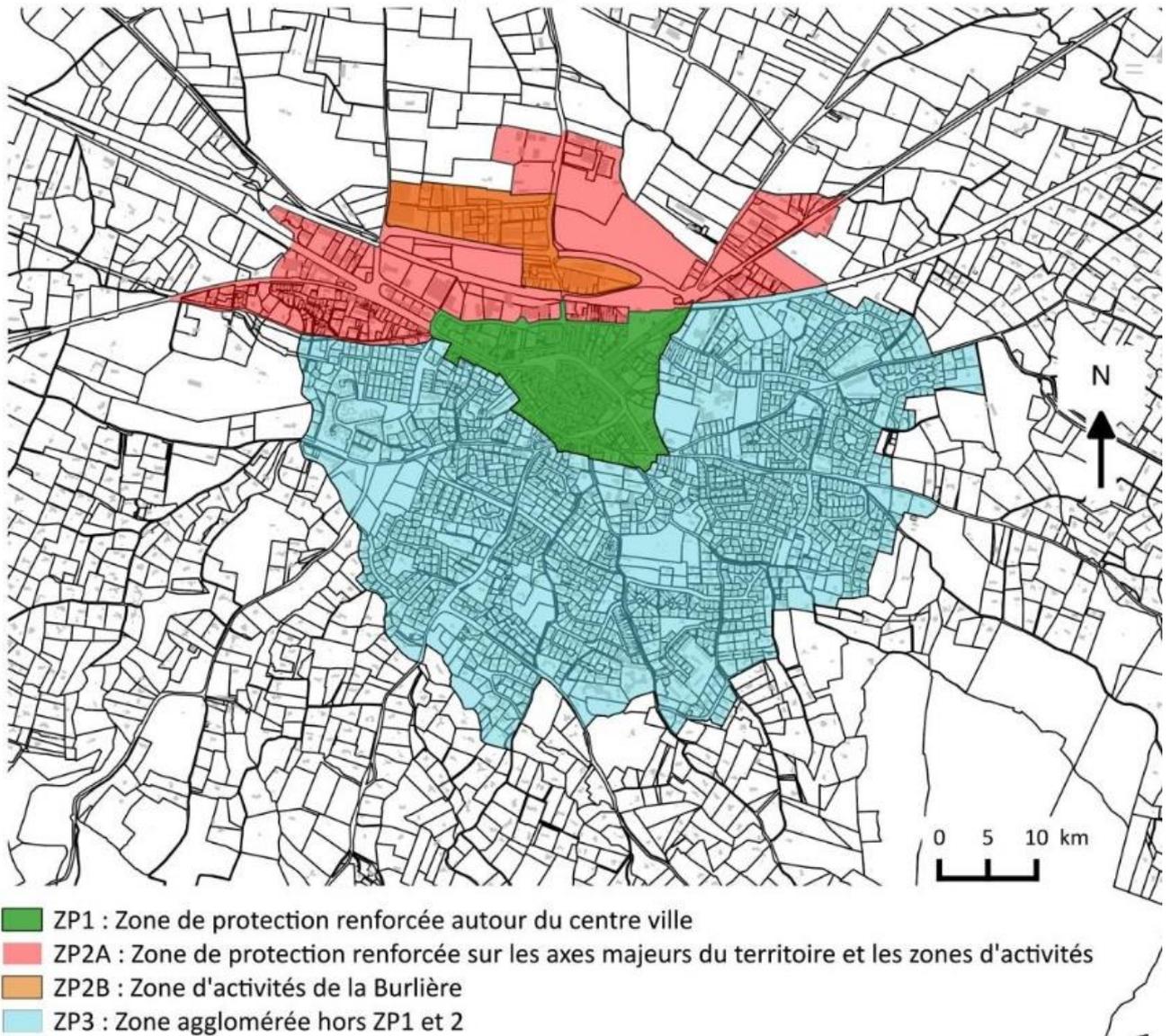
Publicités/préenseignes

	ZP1	ZP2	ZP3
Sur mur	INTERDITE	1 dispositif par UF 4m ² et 6m de haut	
Scellée au sol	INTERDITE		
Sur mobilier urbain	4m ² et 6m de haut	4m ² et 6m de haut	
Numérique		2m ² et 3m de haut	INTERDITE

Enseignes

	ZP1	ZP2	ZP3
Enseigne sur toiture			
	INTERDITE		
Parallèles à la façade			
	-		
Perpendiculaires à la façade			
Nombre	1 par façade		
Dimension	-		
Saillie	0,80		
Scellées au sol >1m²			
Nombre	1		
Surface max	6m ²		
Hauteur max	6m		
Scellées au sol <1m²			
Nombre	1 maximum dans toutes les zones (4 en en ZP2b)		
Surface max			
Hauteur max	1,5m		
Sur mur de clôture			
Nombre	1 dispositif		
Surface max	3m ²		
Enseigne numérique			
	INTERDITE	Autorisée uniquement en ZP2b Format maximal de 2m ²	INTERDITE

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité



A.3.11 | RLP de la commune de Venelles

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 17 /11/2010

ZONES DE PUBLICITE

ZPR1 : centre ancien de la ville

ZPR2 : une partie des avenues de la grande Bégude, des Logissons et de la Mouliéro, rue des Piboules, avenue de Ribas.

ZPR3 : reste de l'agglomération

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

Publicités/préenseignes

Les publicités et préenseignes sont interdites sur les clôtures (aveugles ou non).

Les publicités et préenseignes d'un format supérieur à 2 m² ne peuvent être implantés à moins de 30m du bord extérieur de la chaussée d'un carrefour giratoire.

	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Non lumineuse (hors mobilier urbain)			
Mural	INTERDITE	Max 10m ² (affiche + encadrement) Hauteur au sol : 5,8m max Max 1 dispositif par façade Interdits sur les murs en pierre apparente	Max 10m ² (affiche + encadrement)
Scellée au sol		Max 10m ² (affiche + encadrement) Hauteur au pied du support: 6m max Si > 2 m ² : nécessairement monopied	INTERDITE
Densité		Interdistance de 70m entre 2 publicités dont au moins l'une est ≥ 4 m. pour les autres, interdistance de 50m.	
Lumineuse (scellée au sol ou mural)	Soumise à autorisation du maire. Format/densité : RNP		
Sur mobilier urbain	Max 2 m ²	Max 8 m ²	Max 2 m ²

Enseignes :

	ZP1	ZP2	ZP3
Sur toiture	INTERDITES		
Parallèles à la façade	Surface cumulée maximum sur une même façade : 0,6 m ² x longueur de la façade Si placée au-dessus du plancher bas du 1 ^{er} étage : nécessairement en lettres et graphismes découpés	-	Surface cumulée maximum sur une même façade : 20% de la façade commerciale Idem ZPR2
Perpendiculaires à la façade		1 m ² max Saillie au mur : max 1m	
Scellées au sol	INTERDITES	1 seul dispositif par établissement le long de chaque voie le bordant Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages soit être regroupé sur un unique dispositif. Drapeaux et oriflammes INTERDITS	
		Hauteur max : 6m Largeur max : 1,2m Epaisseur max : 0,8m	Hauteur max : 3,5m Largeur max : 1m Epaisseur max : 0,5m
Apposées au sol (chevalet)	1 seul dispositif par établissement. Doit être installé au droit de l'immeuble, au plus près de la façade Max 0,8m ² par face		

Les enseignes sur les arbres, sur bacon ou marquises sont interdites.

A.3.12 | RLP de la commune de Vitrolles

Agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Marseille-Aix-en-Provence (UU de plus de 800 000 habitants)
Date d'approbation : 12 /07/2001

ZONES DE PUBLICITE

ZPR1 – Zones à caractère commercial (quartiers des vignettes et de la gare, avenue Jean Monnet, avenues des Droits de l'Homme et Padovani)

ZPR2 – Centre-ville, quartier sud

ZPR3 – Village de Vitrolles

ZPR4 – Abords autoroute (100m de part et d'autre)

ZPR5 – Littoral de l'étang

ZPR6 – ZI de Couperigne, des Estroublans et de l'Anjoly

DISPOSITION DU RLP EN VIGUEUR

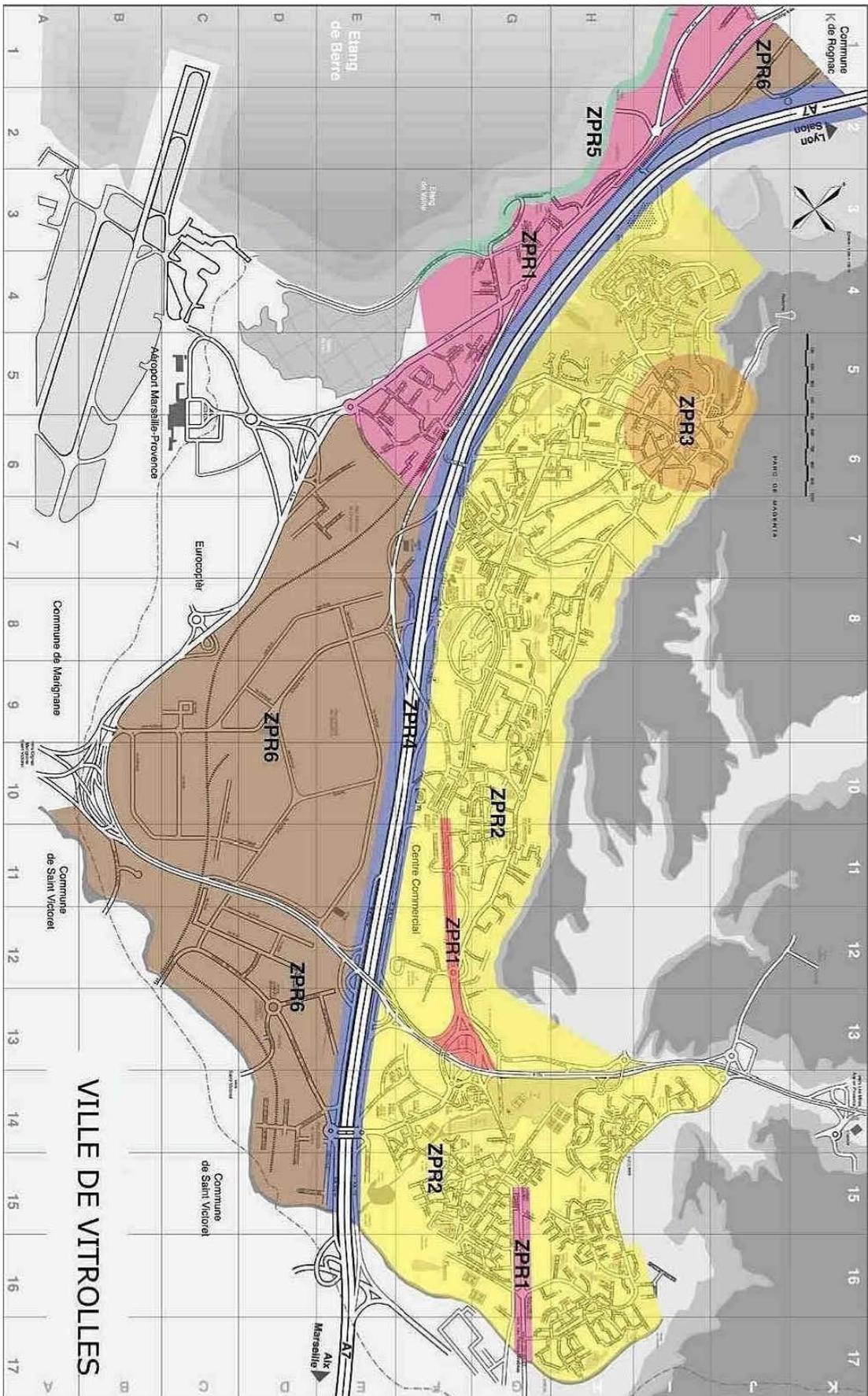
Publicités/préenseignes :

	Mural	Scellé au sol	Sur mobilier urbain
ZPR1	12 m ² (dimension affiche) Interdit sur parcelle < 60m 1 dispositif par parcelle > 60m		Autorisé 12 m ²
ZPR2	12 m ² Interdit sur parcelle < 60m 1 dispositif par parcelle > 60m	Interdit	
ZPR3	Publicité interdite Préenseignes autorisées dans la limite de 1,5 m ² 1 dispositif par unité foncière		
ZPR4 ZPR5	Interdit	Interdit	
ZPR6	12 m ² 1 dispositif par unité foncière		

Enseignes :

ZPR1	1 à 2 dispositifs au sol par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (2 simple-face ou 1 double-faces)
ZPR2	
ZPR3 ZPR5	Enseignes au sol et sur toiture interdites
ZPR4 ZP6	RNP

Règlement de publicité - Découpage des ZPR - Annexe 1



A.3.13 | Analyse croisée des RLP en vigueur : principaux enseignements

A.3.13.1 | Une attention particulière portée sur certains secteurs ou dispositifs clefs

□ Une attention particulière sur les centres-villes

> Limitation stricte de la publicité

RLP Aix-en-Provence, Bouc Bel Air, Pertuis ... : toute publicité interdite hormis celle apposée sur MU

RLP de Rousset : ajout d'une interdistance entre 2 mobiliers urbains

RLP du Tholonet : tout interdit

□ Une limitation de l'emprise publicitaire sur les entrées de ville

Règles de densité (Bouc Bel Air, Vitrolles) Exemple : max 1 dispositif par unité foncière

Interdiction stricte de la publicité au sol (Fuveau) ou interdiction sur les petites unités foncières (Meyreuil)

Réduction du format maximal autorisé à 4 m² (Pertuis)

□ Des dispositions spécifiques sur les emprises ferroviaires

RLP Aix-en-Provence : interdistance imposée entre 2 publicités + interdiction de doublons (panneaux côte à côte)

□ Un encadrement fort de la publicité scellée au sol et sur clôture, la plus impactante dans le paysage

Exemple interdiction stricte de la pub au sol sur toute l'agglomération de Gréasque, interdiction sur les petites unités foncières dans d'autres RLP (Meyreuil, ...), limitation à 1 dispositif par UF (Vitrolles)

A.3.13.2 | Des dispositions qui ne pourront pas être reprises (plus conformes avec la loi)

□ Disparition des « zones de publicité autorisées » (ZPA) des RLP antérieurs à 2010

Avant la Loi Grenelle II, les règlements locaux de publicité pouvaient définir des « Zones de publicité autorisée », qui constituaient une dérogation à l'interdiction de publicité hors agglomération. Depuis la loi Grenelle, cette exception n'existe plus, hormis pour certaines gares et centres commerciaux.

□ Format maximum autorisé

Le format maximum autorisé de 10,5 m² (RNP) est dorénavant à considérer affiche + encadrement. Cf. instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 « relative aux modalités de calcul des formats des publicités ».

> Le RLP d'Aix autorise un dépassement de la surface d'affichage de 1 m² par rapport au 10,5 m² imposés > Ce ne sera plus possible

□ Pas de distinction réglementaire entre publicités et préenseignes

L'article L581-19 du code de l'environnement précise que « les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité ».

□ Des règles nationales plus restrictives que certains RLP

La loi Grenelle II et son décret d'application de 2012 ont défini des règles de densité parfois plus restrictives que certains RLP en vigueur. Ces dispositions ne pourront pas être conservées, le RLPi ne pouvant être plus souple que le code de l'environnement sur ce point.

Exemple : certains RLP permettent 2 ou 3 dispositifs par unités foncières. Le code de l'environnement a introduit un maximum de 1 dispositif au sol sur les unités foncières de moins de 40 mètres linéaires.

Règles de densité

Publicité / préenseignes : certains RLP imposent une interdistance entre 2 panneaux installés sur 2 unités foncières différentes > problématique d'instruction et de police (ex. RLP Aix en Provence, Venelles)

Enseignes : vigilance sur le nombre d'enseignes autorisées par façade : ne pas oublier les panneaux menus, horaires d'ouverture, qui sont aussi des enseignes

A.3.13.4 | Des manques règlementaires

- Absences de règles relatives aux enseignes dans les anciens RLP*
- Absences de règles relatives aux dispositifs lumineux / numériques dans les anciens RLP (autorisés ou non + règles d'extinction nocturnes)*

> Dispositifs qui n'étaient pas encore vraiment d'actualité à l'époque.

A.3.13.5 | Des ajustements à apporter sur la « forme »

- Des zonages parfois peu lisibles (anciens RLP)*
- Des agglomérations qui ont évoluées (enveloppes urbaines qui se sont étendues)*

Des secteurs soumis à la RNP.

> Une attention à portée sur la nécessité d'encadrer ou non ces secteurs

- Nécessité de bien préciser dans le règlement ce que l'on considère dans le format d'affichage publicitaire*

En effet, l'instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 « relative aux modalités de calcul des formats des publicités », définit plusieurs options pour calculer la surface de dispositifs. Lors de l'élaboration d'un RLP, les collectivités locales doivent préciser laquelle est choisie.

- 1ère option : Réglementer les dimensions de l'affiche ou de l'écran et de l'encadrement La surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) n'excédera pas celle fixée par le code de l'environnement et la taille de l'encadrement n'excédera pas une fraction de la taille de l'affiche ou de l'écran.

- 2ème option : Réglementer la surface de la publicité En précisant que cette surface correspond à celle de l'affiche ou de l'écran et de son encadrement, alors surface = affiche/écran + encadrement.

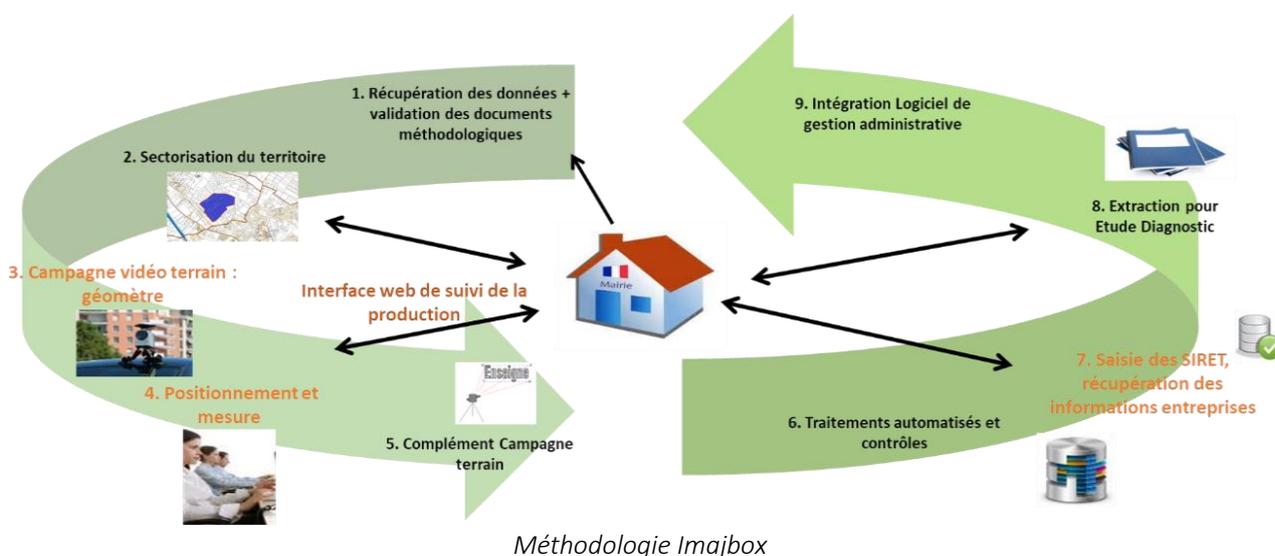
- 3ème option : Réglementer la surface de l'affiche ou de l'écran uniquement La surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) ne peut excéder pas celle fixée par le code de l'environnement.

A.4 | Etat des lieux et secteurs à enjeux en matière de publicités et préenseignes

A.4.1 | Etat des lieux des publicités et préenseignes : approche générale

A.4.1.1 | Méthodologie d'inventaire

Un inventaire représentatif de près de 2500 dispositifs de publicités et préenseignes a été réalisé en mars 2021 afin d'identifier le profil type des dispositifs existants sur le territoire, leurs caractéristiques (type, format) et de mettre en évidence les principaux secteurs concernés par l'affichage publicitaire. Il a été réalisé à partir d'un relevé vidéo géoréférencée utilisant la technologie *ImajBox*.



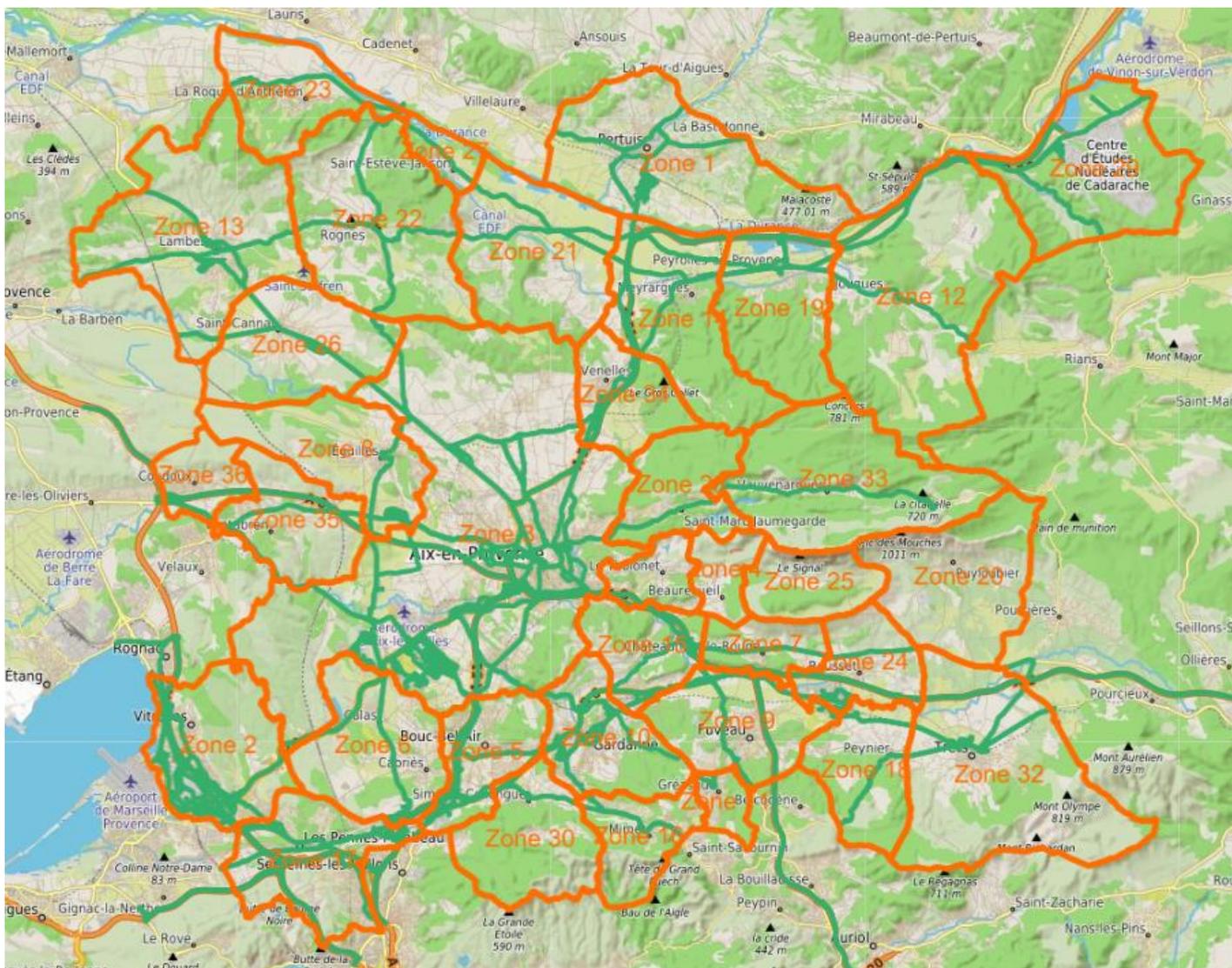
Cet inventaire s'est porté sur les secteurs stratégiques en matière d'affichage publicitaire :

- les principaux axes routiers traversant le territoire : routes de catégorie 1, 2 et 3 (autoroutes/route express, voies primaires et voies secondaires), en agglomération et hors agglomération ;
- les zones commerciales et pôles d'activités.

Ont été ciblés les dispositifs de plus de 1 m².

Pour chacun d'eux, les informations suivantes ont été récoltées / mesurées :

- Type de support : scellé au sol, sur mur, sur clôture, sur mobilier urbain.
- Nombre de faces
- Hauteur au sol
- Largeur, longueur, surface du dispositif (affiche + encadrement)
- Dispositif numérique ou non

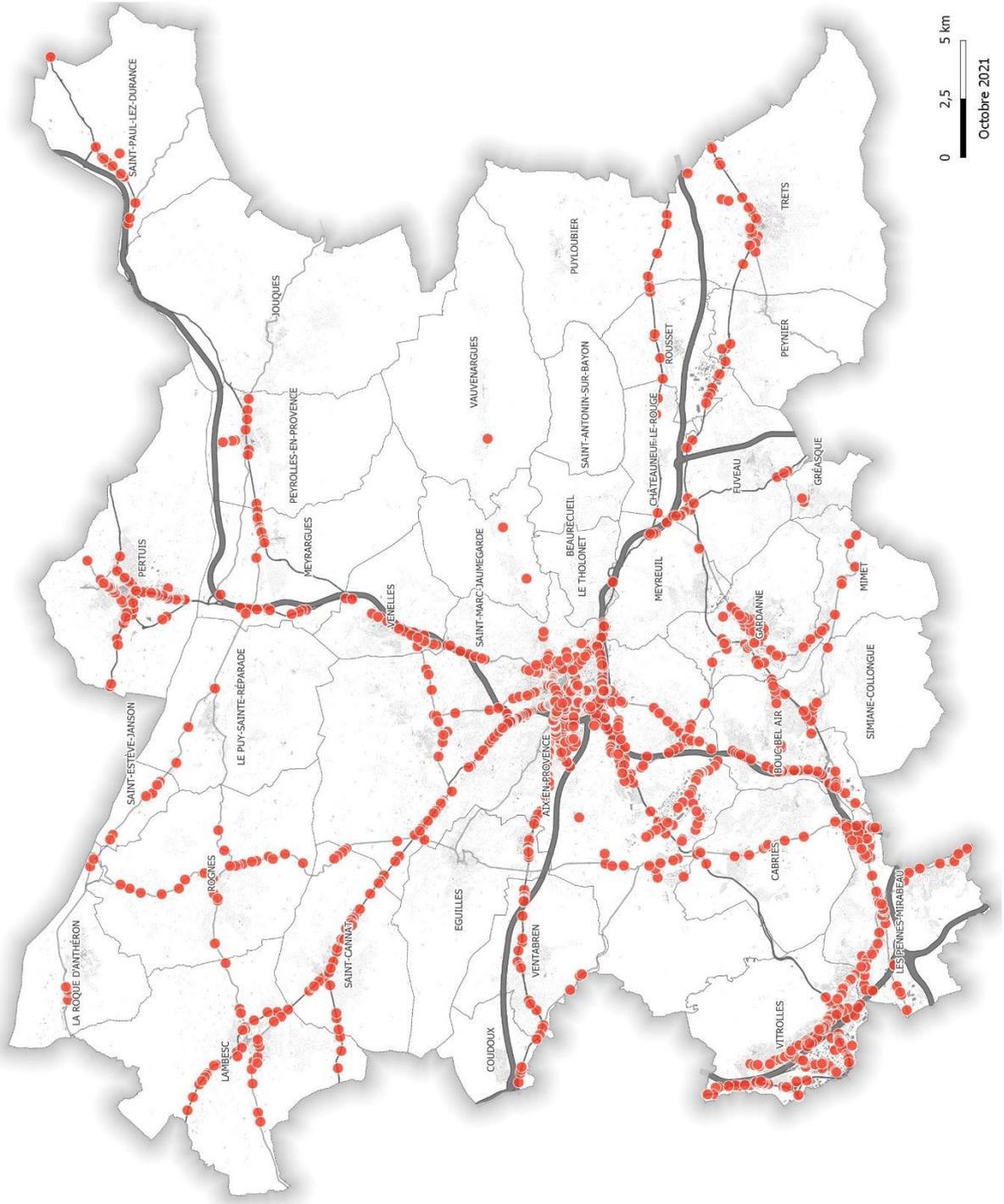


En vert les axes inventoriés ; les zones correspondent aux différentes communes du territoire ; Source : SOGEFI

A.4.1.2 | Résultats

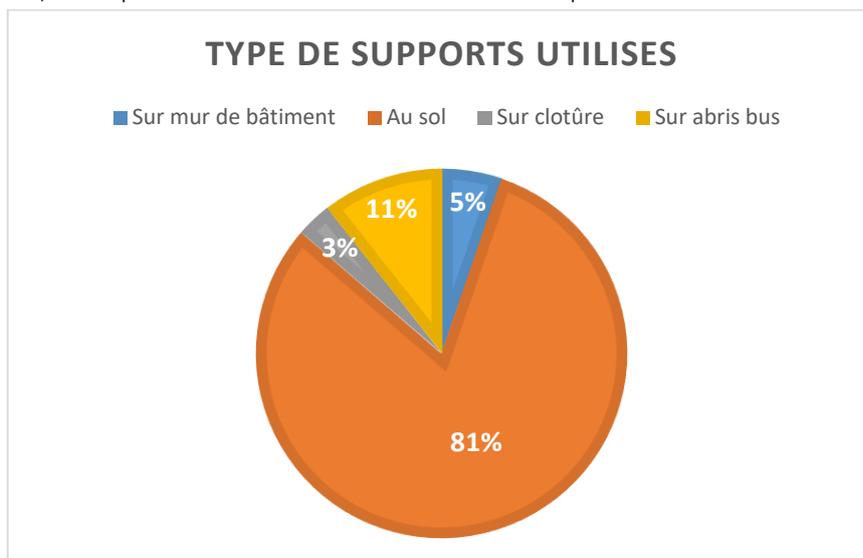
Au total, **2557 supports** de plus de 1 m² ont été inventoriés sur les secteurs ayant fait l'objet du recensement. Ceux-ci représentent une **surface cumulée de 18 300 m² d'affiches publicitaires ou préenseignes**, pour environ 700 établissements identifiés.

Etat des lieux de l'affichage publicitaire

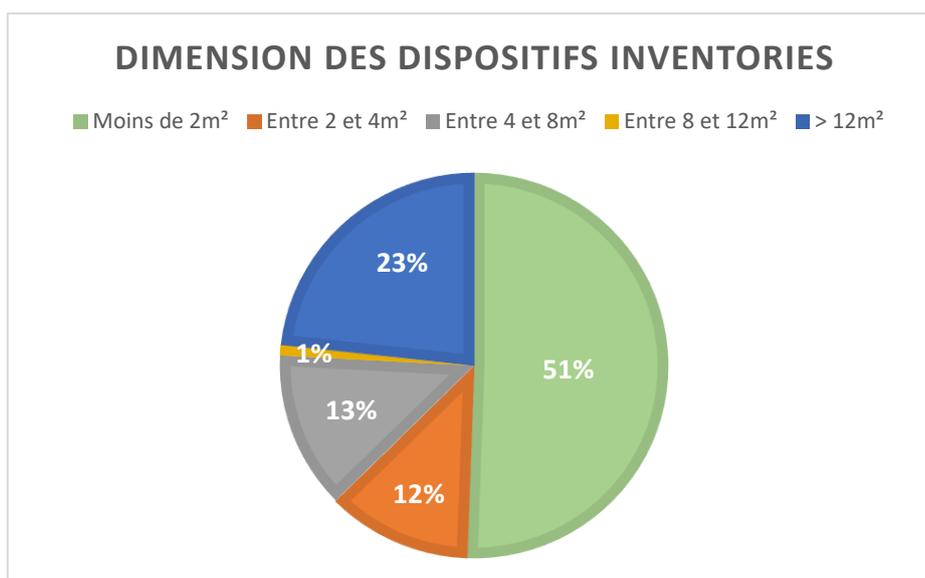


- Localisation des publicités et préenseignes géoréférencés sur les principaux axes du territoire et zones d'activité, de plus de 1 m²

La grande majorité des dispositifs sont aujourd'hui **scellés ou apposés au sol** : ceux-ci représentent plus de **80%** des dispositifs inventoriés, alors que **les murs de bâtiment ou de clôture** représentent **moins de 10%** des supports utilisés.



Près de **50%** des dispositifs inventoriés ont une surface unitaire (une face) de **moins de 2 m²**, encadrement compris. Les dispositifs de grand format (plus de 8m²) représentent environ **25%** des dispositifs.



Au regard du nombre de dispositifs concernés et de leur impact paysager, une attention particulière devra être portée sur les dispositifs au sol et ceux de grand format.

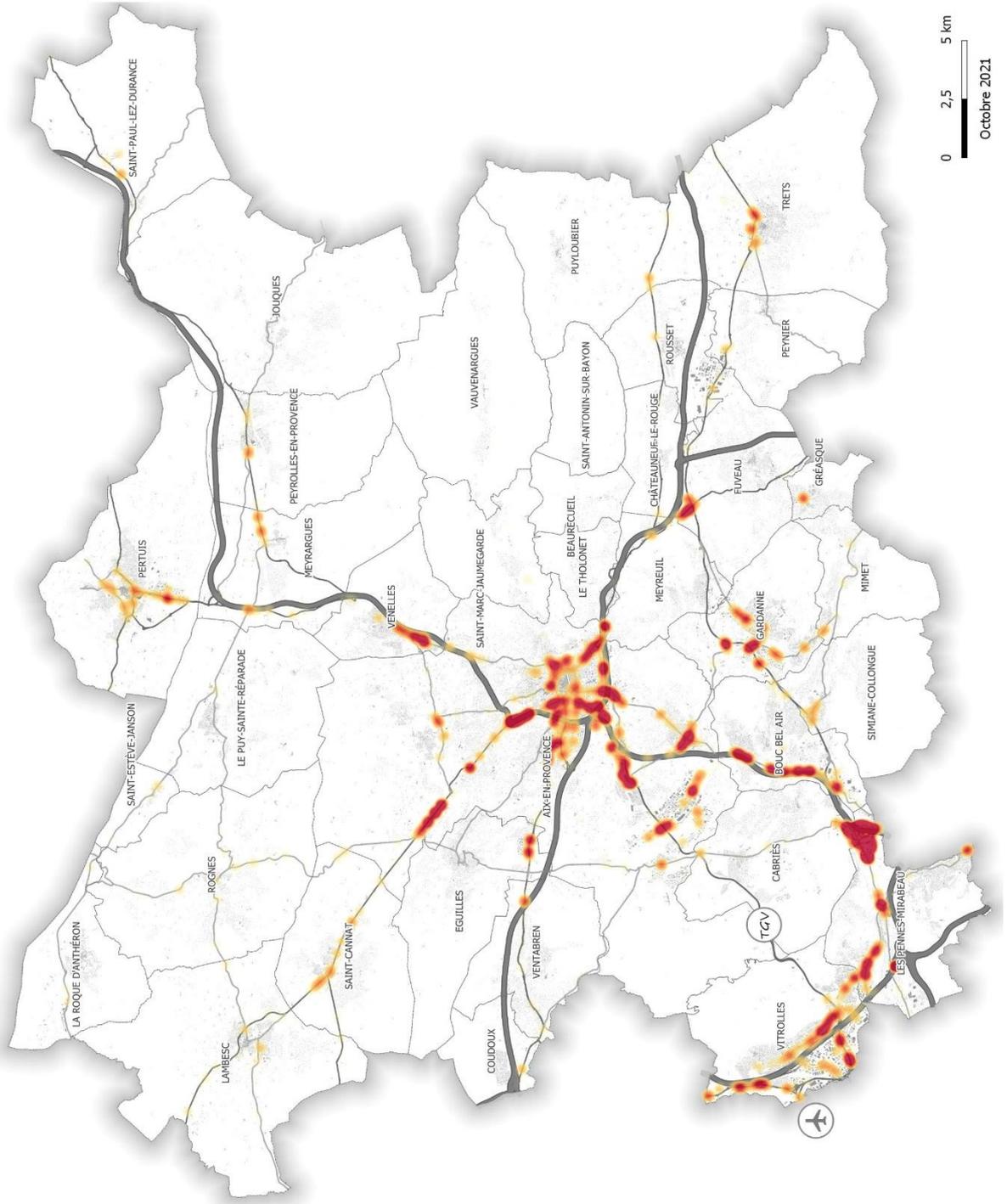
A.4.1.3 | Analyse spatiale

A partir de l'inventaire publicitaire, un travail de pondération a été réalisé afin d'identifier plus précisément les secteurs impactés par l'affichage publicitaire. Il a permis d'intégrer une approche sensible au SIG, qui est venue compléter l'approche paysagère menée en phase de terrain.

Le résultat de cette pondération est spatialisé sur la carte présentée page suivante.

Méthodologie de pondération : un buffer a été défini autour de chaque dispositif inventorié, d'une taille corrélée au celle du dispositif publicitaire (plus le dispositif est grand, plus le buffer est large). Plus il y a de dispositifs de grande taille, plus les buffer se croisent et plus on va donc vers une représentation graphique foncée. **Ainsi, les ilots ou linéaires le plus foncés représentent les secteurs où se concentrent le plus de dispositifs de grande dimension.**

Etat des lieux de l'affichage publicitaire



Tendance de la répartition des publicités et des préenseignes pondérée par leur surface



Cette cartographie a permis de mettre en évidence :

□ *Des secteurs relativement bien préservés de l’affichage publicitaire et des préenseignes*

Ces secteurs sont préservés soit au regard des usages existants, soit au regard des règles applicables dans les RLP en vigueur. Ils concernent essentiellement :

- Des communes dans leur ensemble ou certaines agglomérations (agglomération principale)
- Les centres-villes, centres-villages
- La gare Aix-TGV

On est ici sur des secteurs où l’affichage publicitaire et les préenseignes sont absentes ou peu nombreuses et généralement de format réduit (1 à 2 m²).

Exemple d’espaces perçus



Peynier et le Puy Sainte-Réparate



Le Tholonet (centre-village) et Jouques

□ *Des secteurs à forte densité de publicités ou préenseignes*

Ils concernent essentiellement :

- Les zones commerciales et pôles d’activité recevant du « public »
Exemple : Plan de Campagne (Les Pennes Mirabeau, Cabriès), pôle d’activité de Venelles, Zone économique des Milles/La Pioline (Aix-en-Provence), ...
- Les principaux axes routiers du territoire, secteurs où se concentrent le trafic routier quotidien ainsi que les accès vers les zones commerciales.
Exemple : RN296 (Aix-en-Provence), D9 (Vitrolles), D8N (Bouc Bel Air), secteur de la Barque (Fuveau), avenue du Club Hippique (Aix-en-Provence), abords de certaines autoroutes et routes express.

Cette densité est marquée par la visibilité de plusieurs dispositifs en même temps, généralement de grande taille et relativement proches les uns des autres.

Exemple d'espaces concernés



Zone commerciale de Plan de Campagne ((les Pennes Mirabeau, Cabriès)



N296, « montée d'Avignon » à Aix-en-Provence

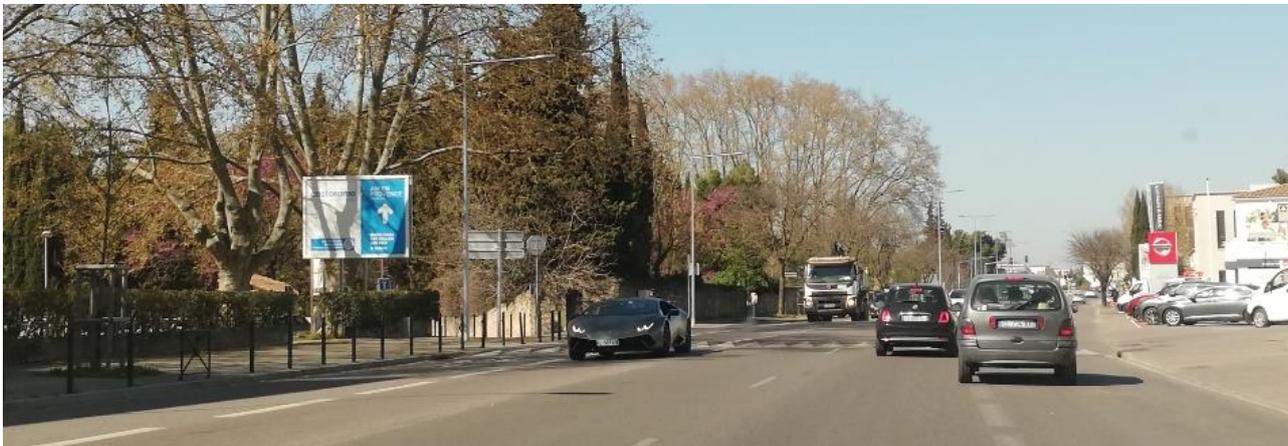


N8, Bouc Bel Air

□ Des secteurs "intermédiaires" présentant ponctuellement de l'affichage

Ils concernent tous types de milieux urbains : des traversées de village, des quartiers résidentiels, des pôles d'équipements, etc. , où l'affichage publicitaire et les préenseignes sont présents de façon plus ponctuelle, visibles généralement un par un ou par doublon depuis la voie publique les bordant.

Exemple d'espaces concernés



Aix-en-Provence – Route de Galice

A.4.1.4 | Conformité des dispositifs publicité et préenseigne existants

Parmi l'ensemble des dispositifs aujourd'hui présents sur le territoire du Pays d'Aix, un certain nombre sont non conformes aux dispositions du code de l'environnement, **au regard de leur lieu d'implantation, du support utilisé ou de leur format**. Il s'agit en particulier :

- Des dispositifs installés **aux abords des autoroutes et des routes express**, interdits dès lors qu'ils peuvent être visibles de celles-ci (bande de 40m pour tous types de dispositifs, pas de largeur définie pour les dispositifs au sol).
- Des dispositifs installés **hors agglomération** non liés à des activités dérogatoires (activités de vente ou fabrication de produits du terroir par des entreprises locales, activités culturelles, monuments historiques ouverts à la visite, opérations et manifestations temporaires).
- Des dispositifs installés en **sites protégés**, n'ayant pas fait l'objet d'une dérogation via un RLP : site patrimonial remarquable, covisibilité avec un monument historique à ses abords, ...
- Des dispositifs **scellés au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine Aix-Marseille**.
- Des publicités et préenseignes installées sur des **clôtures non aveugle** (grillage, ...).
- De dispositifs en surdensité, notamment aux abords des ronds-points.

Ces secteurs ou types de dispositifs ne seront donc pas considérés comme à enjeu publicitaire pour le RLPi. La seule application du code de l'environnement les rend(ra) non conformes (le RLPi ne pourra pas être plus souple que la loi). Ceci à l'exception des lieux mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour lesquels une dérogation pourra être envisagée si besoin, dans le respect des enjeux patrimoniaux des secteurs concernés.

Exemple d'espaces concernés



Abords de route express - Vitrolles



Dispositif implanté hors agglomération



Publicités sur grillage



Publicité en surdensité aux abords d'un rond-point - Gardanne

Les parties qui suivent viennent détailler l'état des lieux sur les secteurs à enjeu du territoire : affichage existant, impact sur le paysage, point forts des RLP en vigueur, enjeux en matière de paysage, patrimoine et de visibilité économique.

Sont étudiés :

- Les entrées de ville et axes de transit
- Les zones commerciales et d'activité
- Les pôles de vie (noyaux villageois, quartiers résidentiels, ...)
- Les sites remarquables (centres historiques, grand site Concors-Sainte-Victoire,)
- La gare TGV et l'aéroport Marseille Provence

A.4.2 | Secteur à enjeu n°1 : les entrées de ville et axes de transit

Plusieurs axes de circulation sont aujourd'hui soumis à une forte pression publicitaire. Il s'agit d'axes très circulés pour des déplacements quotidiens, donc stratégiques en termes de visibilité des activités économiques. Ils sont un lieu d'affichage privilégié en entrée de ville où sur des axes reliant plusieurs agglomérations, en particulier à proximité de zones commerciales.

La diversité des règles nationales qui s'y applique leur revêt des enjeux différents selon qu'ils appartiennent :

- A l'unité urbaine Aix-Marseille
- Aux agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine Aix-Marseille
- Au Parc naturel régional du Luberon (commune de Pertuis)

A.4.2.1 | Les entrées de ville et axes de transit de l'unité urbaine Aix-Marseille

Dans cette unité urbaine, plusieurs axes sont aujourd'hui particulièrement concernés par une forte densité publicitaire, ou l'ont été avant la mise en place d'un RLP communal. Il y domine des dispositifs de grand format, majoritairement scellés au sol.

- **Des entrées de ville et/ou de Territoire comme par exemple :**
 - la RN296 sur Aix-en-Provence. Même si celle-ci se situe géographiquement au centre du Pays d'Aix, l'arrivée plongeante sur la ville embrassant les paysages alentours en fait une véritable entrée de la Métropole ;
 - le secteur du Canet et de La Barque sur Meyreuil et Fuveau (D7N et D96), reliant l'autoroute A8 au sud du territoire (Gardanne, Plan de Campagne, ...).
 - l'avenue Henri Mouret à Aix-en-Provence (sortie d'autoroute A8 et N296 « Aix-centre ») ou l'avenue Jean Moulin à Pertuis;
 - l'entrée de Gardanne depuis la D6, sortie « Gardanne centre » ;
 - le rond-point Coca-Cola, aux Pennes Mirabeau (sortie d'autoroute A7) ;
 - le boulevard Padovani (sortie D9 en venant d'Aix), boulevard de l'Europe (entrée depuis l'aéroport) et la D113 (route de Rognac), à Vitrolles.
- **Des axes de transit comme par exemple :**
 - la D8N sur Bouc-Bel-Air, reliant Aix à Vitrolles ;
 - la D7N et D96 : Celony, La Calade, Lignane, Pont des 3 Sautets (Aix-en-Provence), Palette (le Tholonet), Pont de Bayeux et Le Canet (Meyreuil), La Barque (Fuveau) ;
 - la D6 sur Trets ;
 - l'avenue du Club Hippique reliant le pôle d'activité des Milles au centre urbain d'Aix-en-Provence ;
 - le secteur de Pont de l'Arc reliant Aix au sud du territoire (les Milles, Luynes, N8) ;
 - la D7 traversant Luynes (Aix-en-Provence), reliant Gardanne aux Milles ;
 - la D63 traversant Puyricard (Aix-en-Provence), reliant la N7 (« La Calade ») à Venelles ;
 - la D10, route de Berre, longeant le pôle d'activité d'Eguilles notamment.
 - La D9 reliant Aix à Vitrolles en passant par la Gare TGV et le pôle d'activités d'Aix-en-Provence
 - La D973, D956, et le boulevard Jean Guigues (Pertuis)

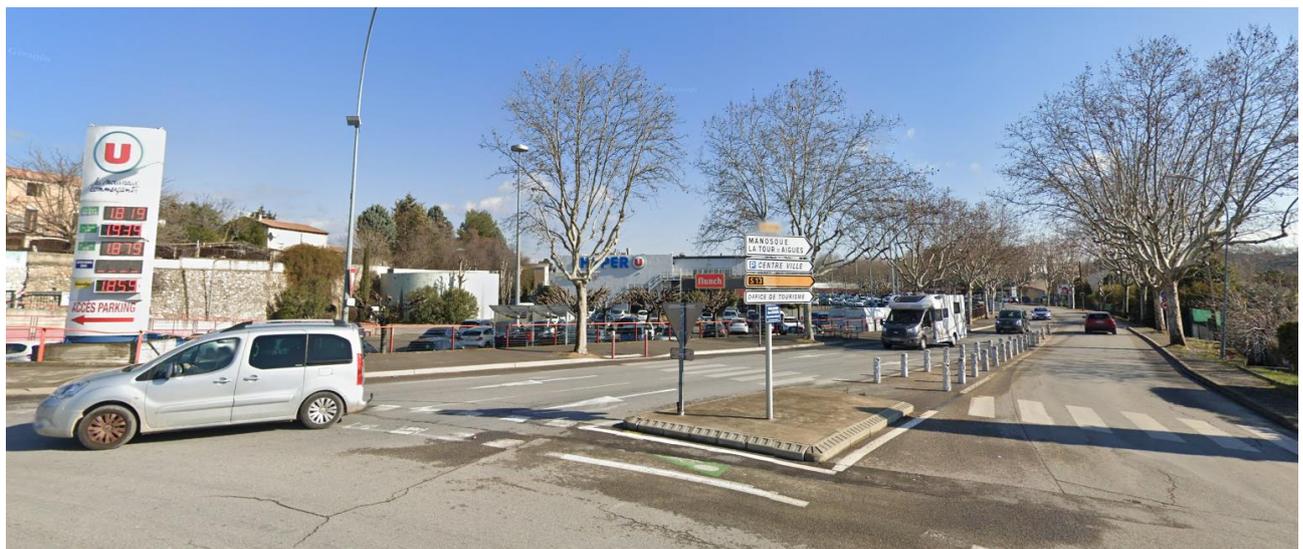
illustration entrées ville/territoire :



N296, Aix-en-Provence



D96, La Barque, Fuveau



Bd Jean Guigues, Pertuis



L'entrée de Gardanne depuis la D6, sortie « Gardanne centre »



Le rond-point Coca-Cola, aux Pennes Mirabeau (sortie d'autoroute A7)

Exemples axes de transit :



N8, Bouc Bel Air



D7N au niveau de Lignane (Aix-en-Provence)



D7N au niveau du Pont des 3 Sautets (Aix-en-Provence)



Avenue du Club Hippique, Aix-en-Provence



D10, Route de Berre, Equilles



D6, Trets



Pont de l'Arc, Aix-en-Provence

Impact sur le paysage :

L'accumulation de publicités et préenseignes de grand format génère une **emprise visuelle qui marque fortement l'espace urbain, le champ de perception visuel**. Celle-ci est d'autant plus importante que la majorité des dispositifs sont scellés au sol, donc proches de la voie.

Elle engendre généralement :

- Une certaine « pollution » visuelle avec une perte de lisibilité et de qualité de perception du paysage urbain et naturel alentours. C'est notamment le cas de la RN296 qui offre une vue remarquable sur le massif de l'Etoile au loin.
- Une image peu valorisante de la commune concernée lorsqu'il s'agit d'une entrée de ville.
- Une perte de lisibilité des nombreuses informations publicitaires par la surabondance de panneaux
- Un sentiment de « pression économique » sur l'utilisateur de la route.

Règlementation nationale / points forts des RLP en vigueur

Comme évoqué plus haut, plusieurs de ces axes ou tronçons sont aujourd'hui situés hors agglomération au sens du code de l'environnement. Son application rend d'ores et déjà interdite la grande majorité des dispositifs qui y sont installés. Ce sera également le cas une fois le RLPi du Pays d'Aix approuvé pour certaines « Zones de publicité autorisées » des RLP en vigueur au niveau des axes toujours situés hors agglomération. *Le code de l'environnement n'autorise en effet plus de secteurs dérogatoires à l'interdiction de publicité hors agglomération.*

Sur le reste du territoire, certains axes ont connu une réduction significative de l'affichage par la mise en œuvre de règlements locaux de publicité. C'est le cas en particulier du secteur du Canet à Meyreuil et de Palette au Tholonet, tout comme la traversée de Trets. C'est également ce qui est envisagé par l'application des très récents RLP de Fuveau (La Barque) et Bouc Bel Air (D8N).

En effet, au regard des règles nationales qui y autorisent de la publicité sur tout type de support jusqu'à 10,5 m², ces communes ont fait le choix :

- Pour toutes : de réduire les formats à 2 ou 4 m²
- Pour certaines : d'interdire strictement la publicité et/ou de n'autoriser que l'affichage mural

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions des RLP sur les secteurs concernés
Bouc Bel Air N8	ZP2	Publicité limitée à 2 m² (mural, sol, sur mobilier urbain) Au mur : 1 seul dispositif par façade Au sol : densité RNP ⁵ , dans la limite de 2 Interdistance de 40m entre 2 dispositifs placés sur une même unité foncière. Distance des limites séparatives (15m) et de la chaussée (3m)
Fuveau La Barque	ZP1	Publicité interdite , à l'exception de celle apposée sur mobilier urbain jusqu'à 2 m ² > <i>Mise en conformité prochaine, RLP approuvé le 19/12/2019 (délai de 2 ans)</i>
Le Tholonet Palette	ZPR « U »	Toute publicité/préenseigne interdite Exception : préenseignes au sol autorisées pour les entreprises ne disposant d'aucune visibilité de leur bâti depuis la voie publique. Dans ce cas, nombre limité à une seule préenseigne par établissement.
Meyreuil Le Canet	ZPR	Publicité murale interdite Publicité au sol limitée à 4 m² et 4m de haut Sur mobilier urbain : limitée aux abris-bus
Meyreuil Pont de Bayeux	ZPI	Toute publicité/préenseigne interdite
Trets D6	ZP2A	Publicité limitée à 4 m² (mural sol, MU) Densité : 1 dispositif par unité foncière maximum

⁵ Règlementation nationale de publicité

Exemples d'application :



D7N, Palette, Le Tholonet



D7N et D96, Le Canet, Meyreuil (4 m² maximum au lieu des 12 m² anciennement présents)



D6 (route de Saint-Maximin), Trets

Concernant le RLP d'Aix-en-Provence, la traversée des agglomérations de Celony (D7N), Puyricard (D63), des Granettes (D10) et du secteur Pont des Trois Sautets (D7N, tronçon en agglomération) a également fait l'objet d'une attention particulière, pour une emprise publicitaire limitée.

Commune	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions des RLP sur les secteurs concernés
Aix-en-Provence	ZPRO-11 <i>Pont des 3 Sautets</i>	Publicité murale et scellée au sol interdite . Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m ²
	ZPRO-12 <i>Agglomération de Celony</i>	
	ZPRO-17 <i>Agglomérations situées sur le plateau de Puyricard</i>	
	ZPRO-19 <i>Agglomération des Granettes</i>	

Enjeux du RLPi - Entrées de ville et axes de transit de l'unité urbaine Aix-Marseille :

- **L'image du territoire et des communes sur les entrées du Pays d'Aix et entrées de ville**, qui joue un rôle sur leur attractivité touristique et résidentielle
 - Valorisation des secteurs fortement impactés par l'affichage publicitaire.
 - Pérennisation de la qualité paysagère acquise ou en cours d'acquisition par des dispositions spécifiques de RLP communaux : maintien d'une réponse forte aux enjeux identifiés, dans la continuité des RLP en vigueur.
 - Une réflexion à mener pour un traitement cohérent sur un même axe, malgré les limites communales. Exemple : axe Pont des 3 Sautet, Palette, Pont de Bayeux, Le Canet, la Barque.
- **La qualité du cadre de vie sur les axes de transit quotidiens**, qui joue ici aussi un rôle sur l'attractivité résidentielle du territoire et des communes.
- **La lisibilité des messages publicitaires**

A.4.2.2 | Les entrées de ville et axes de transit sur la commune de Pertuis, Parc naturel régional du Luberon

La commune de Pertuis est elle aussi concernée par une certaine emprise de l’affichage publicitaire. A l’inverse des communes de l’unité urbaine Aix-Marseille, Pertuis appartient au PNR du Luberon, où serait interdite toute publicité et préenseigne en l’absence de dérogation dans le RLPI. Les enjeux du document y sont donc différents.

Aujourd’hui, plusieurs axes présentent une certaine densité d’affichage :

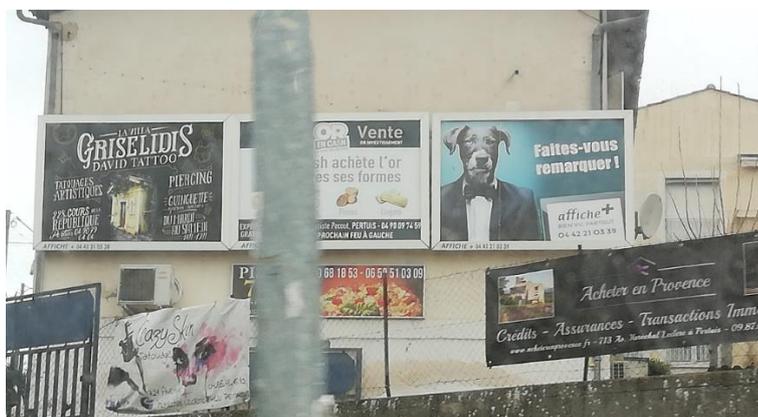
- l’entrée de ville Sud (route d’Aix-en-Provence, avenue du 8 mai 1945, avenue du Maréchal Leclerc), qui traverse notamment la zone d’activité de la Terre du Fort ;
- les D973 et D119, faisant le tour du centre urbain, dont entrée de ville depuis la Tour d’Aigues.

Sont présents des dispositifs de tous types (muraux, scellés au sol, sur mobilier urbain), jusqu’à 4 m².

Exemple d’espaces perçus et de dispositifs présents :



Entrée de ville Sud, route d’Aix-en-Provence (traversée du pôle d’activité)



Entrée de ville Sud, avenue du 8 mai 1945 et avenue du Maréchal Leclerc



D973



D119

Impact sur le paysage :

Aujourd'hui, le RLP communal apparaît comme un compromis entre le maintien de possibilités d'affichage sur une commune d'envergure d'environ 20 000 habitants, et la prise en compte des enjeux paysagers du PNR du Luberon. Les publicités et préenseignes sont autorisées par dérogation à l'article L581-8 du code de l'environnement mais :

- limitée à 2 m² pour la publicité sur mobilier urbain ;
- limitée à 4 m² pour la publicité murale et scellée au sol ;
- interdite sur les murs de clôture.

Malgré ces règles, l'affichage y reste relativement impactant sur certains secteurs, notamment :

- là où il y a une accumulation de 2 ou 3 affiches par façade ;
- là où plusieurs dispositifs au sol sont visibles simultanément.

Ces situations impactent l'image de la commune et du Parc naturel régional, Pertuis (et en particulier l'entrée Sud) étant considérée comme une porte d'entrée du Parc, marquée notamment par les larges perspectives paysagères offertes sur le massif du Luberon ou la plaine de la Durance.

Enjeux - Entrées de ville et axes de transit dans le PNR du Luberon

- **L'image du Parc naturel régional du Luberon, Pertuis porte d'entrée**
 - Valorisation de l'entrée de ville Sud : limitation de l'emprise visuelle publicitaire, notamment l'effet de concentration de dispositifs (incité par les dispositions du RLP en vigueur).
 - Valorisation des vues sur le massif du Luberon.
- **La qualité du cadre de vie pour la population locale**
- **La visibilité des activités économiques, qui ont notamment besoin de préenseignes.**

A.4.2.3 | Les entrées de ville et axes de transit sur les autres communes du Pays d'Aix

D'autres communes du territoire sont elles aussi concernées par la présence de publicités et préenseignes du fait notamment de leur localisation stratégique sur des axes de circulation importants. Il s'agit des communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine Aix-Marseille, et en particulier les traversées urbaines de :

- Saint-Cannat et Lambesc, dont l'agglomération principale est traversée par la D7N.
- Meyrargues et Peyrolles-en-Provence, dont l'agglomération principale est traversée par la D96.

L'état des lieux du territoire a aujourd'hui mis en évidence un certain nombre de dispositifs non conformes au code de l'environnement dans les agglomérations concernées :

- les publicités et préenseignes scellées ou installées au sol ;
- les dispositifs de formats supérieurs à 4 m².

La seule application du code de l'environnement permettra donc de répondre en grande partie aux enjeux de qualité du cadre de vie.

Les enjeux du RLPi sont donc modérés au regard de l'existant. Ils concernent essentiellement l'affichage mural, autorisé aujourd'hui jusqu'à 4 m² (encadrement compris).

Exemples de supports ou formats non conformes aux code de l'environnement :



Dispositifs scellés au sol interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



Dispositifs de 12 m², interdits.

Exemple de dispositifs conformes (en format et densité) existants aujourd'hui :



Saint-Cannat



Lambesc et Meyrargues



Peyrolles-en-Provence

Impact sur le paysage :

Malgré des règles nationales bien plus restrictives qu'au sein de l'unité urbaine Aix-Marseille, il apparaît dans ces agglomérations certains points noirs paysagers :

- une forte emprise publicitaire existante ou possible sur de longues unités foncières avec l'installation de 3 ou 4 dispositifs par façade murale (mur aveugle), malgré un format unitaire limité.
- de larges possibilités d'affichage sur les murs de clôture.

A noter que ces communes ne disposent pas de RLP.

Sur Peyrolles-en-Provence, la présence d'un site patrimonial remarquable sur une grande partie de l'agglomération limite aujourd'hui les possibilités d'affichage dans le centre urbain.

Enjeux - Entrées de ville et axes de transit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, situées en dehors de l'urbaine Aix-Marseille :

- **La qualité du cadre de vie**
 - Bien que les dispositions nationales apparaissent aujourd'hui relativement adaptées à la taille des communes et aux besoins d'affichage identifiés (en particulier préenseignes), une attention particulière est à porter sur l'emprise réelle de cet affichage (surface cumulée, affichage sur clôture, ...).
- **L'image du Grand site Concors-Sainte Victoire pour les communes de Meyrargues et Peyrolles-en-Provence.** Cf. chapitre spécifique en A.4.5.
- **La visibilité des activités économiques**, en particulier celles situés en retrait des principaux axes routiers, qui sont notamment soumises à l'interdiction d'affichage au sol.

A.4.3 | Secteur à enjeu n°2 : les zones commerciales, zones d'activités

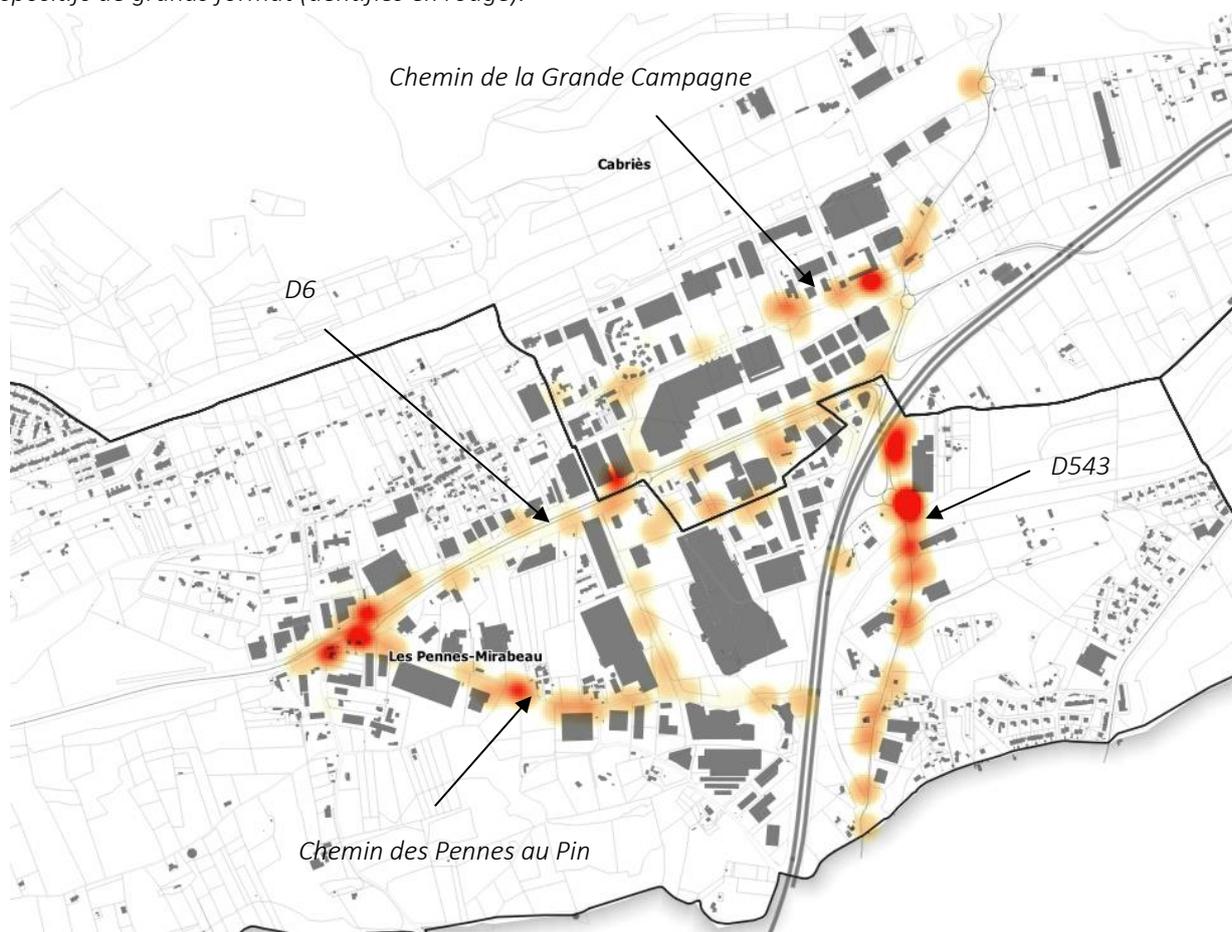
Comme les principaux axes de transit de l'unité urbaine Aix-Marseille identifiés plus haut, les zones commerciales et pôles d'activités à vocation « mixte » constituent des secteurs privilégiés d'affichage publicitaire et/ou de signalétique (préenseignes).

Plusieurs zones commerciales et pôles d'activités présentent en effet un nombre plus ou moins important de dispositifs, de taille variée.

C'est le cas notamment de la **zone commerciale de Plan de Campagne** (communes des Pennes Mirabeau et de Cabriès) qui compte plus de **280 publicités et préenseignes de plus de 1 m²**. A celles-ci s'ajoutent les nombreux supports de signalétique commerciale qui jouent aussi un rôle dans la perception visuelle de la zone par leur forte densité et hétérogénéité de couleurs.

L'emprise globale de l'affichage et des enseignes y est d'autant plus importante visuellement que la zone peut être perçue quasiment dans son ensemble depuis les entrées Est (A51) et Ouest (D6).

Zoom sur la zone commerciale de Plan de Campagne, avec quelques secteurs à forte densité publicitaire, de dispositifs de grands format (dentifiés en rouge).



Sont également concernés :

- Le pôle économique des Milles/la Pioline (Aix-en-Provence)
- La zone d'activité de Venelles
- La zone d'activité de la terre du Fort à Pertuis (Cf. évoqué en A.4.2.2, entrée de ville Sud)
- Le pôle commercial avenue Jean Monnet, boulevard Padovani à Vitrolles et aux Pennes Mirabeau
- La zone commerciale de Gardanne, rue du petit Chemin d'Aix
- La zone industrielle des Estroublans à Vitrolles (Avenue de Londres)
- ...

Exemples d'espaces perçus et de dispositifs présents :



Plan de Campagne (Les Pennes Mirabeau, Cabriès)



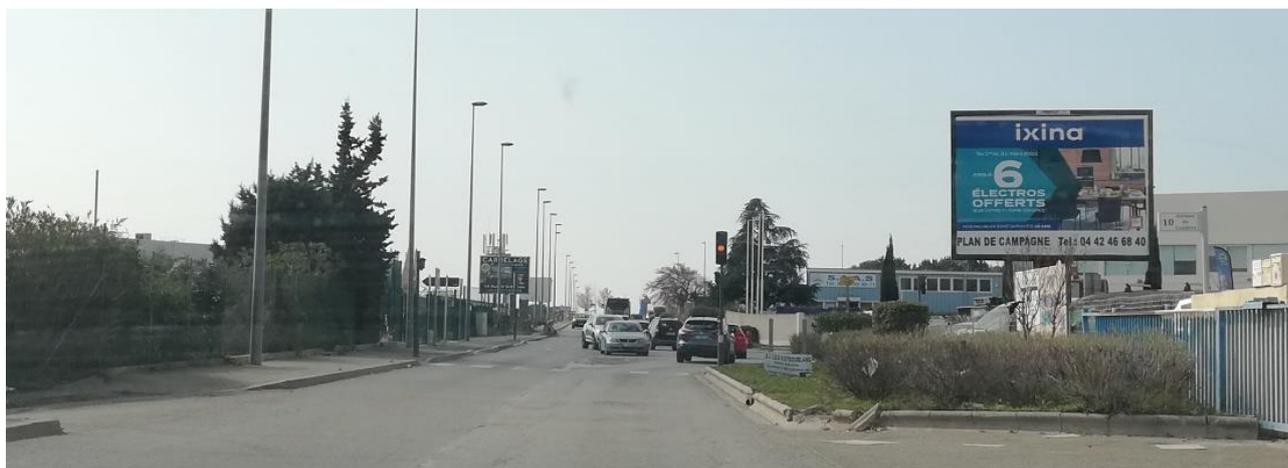
Plan de Campagne (Les Pennes Mirabeau, Cabriès)



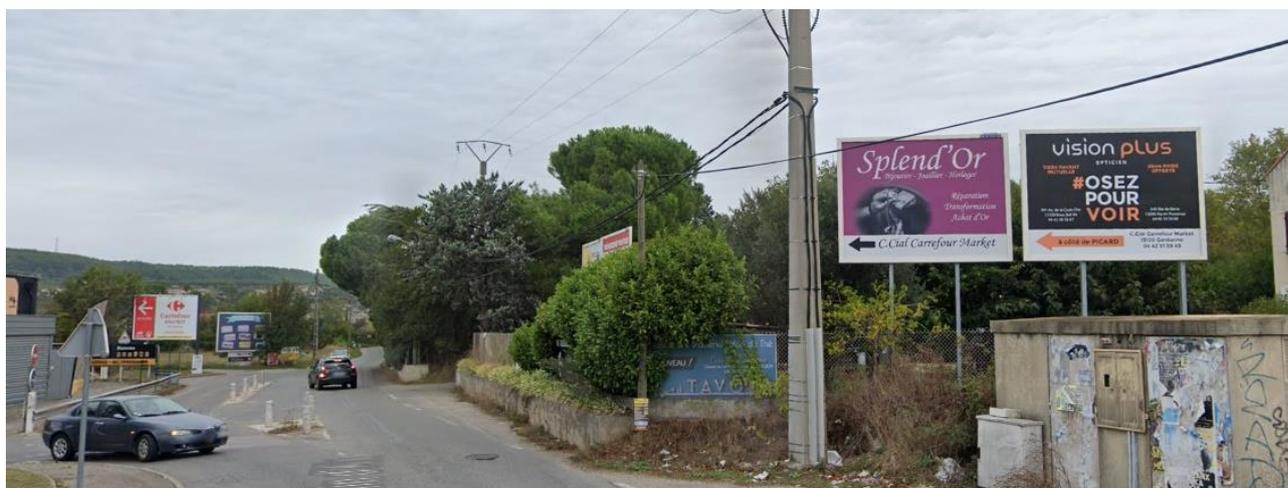
Pôle d'activités de Venelles



Boulevard Padovani, Vitrolles



Zones industrielle des Estroublans, Vitrolles



Zone commerciale de Gardanne

Les zones d'activité à vocation essentiellement industrielle, artisanale, tertiaire ainsi que les zones commerciales de proximité (rayonnement local) sont beaucoup moins concernées par l'affichage publicitaire. Elles comptent essentiellement des préenseignes de petits formats.

Exemple :



Cité des énergies, Saint-Paul-les-Durance



Pôle d'activité, Equilles



Zone économique de Gréasque

Impact sur le paysage :

L'accumulation de dispositifs de plus ou moins grand format génère une emprise visuelle qui marque fortement l'espace urbain, le champ de perception visuelle.

Elle engendre généralement :

- Une certaine « pollution » visuelle avec une perte de lisibilité et de qualité de perception du paysage urbain alentour.
- Une perte de lisibilité des nombreuses informations publicitaires par la surabondance de panneaux
- Une perte de visibilité des devantures commerciales et des enseignes situées juste à l'arrière, en retrait de la voie.

Analyse des RLP en vigueur

Plusieurs dispositions des RLP en vigueur ont été mise place pour encadrer en partie l'affichage sur ces espaces :

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Aix-en-Provence <i>Pôle d'activité des Milles</i>	ZPA-6	Publicités et préenseignes autorisées au sol et sur mur jusqu'à 12 m ² et 7,5m de haut. Interdistances de 60m entre 2 dispositifs. Publicité sur mobilier urbain autorisée jusqu'à 8 m ²
Gréasque <i>Zone d'activité</i>	-	Sur mur et sur mobilier urbain : RNP Publicité au sol interdite

		Préenseigne au sol limitée à 1m x 1,5 m
Les Pennes Mirabeau Avenue Jean Monnet	ZPA1	Sur mur : autorisé dans la limite de 50% de la surface du mur maximum, 2 dispositifs maximum Au sol : Sur UF ≤ 50m : 1 dispositif Sur UF > 50m : interdistance de 50m entre dispositifs, ou doublons
Les Pennes Mirabeau Plan de Campagne	ZPA2	Sur mur : autorisé dans la limite de 50% de la surface du mur maximum Au sol : 4 dispositifs par unité foncière maximum Interdistance de 15 ou 20m entre dispositifs, ou doublons
Venelles Pôle d'activité	ZPR2	Publicité limitée à 10 m² (encadrement compris) Interdistance de 50 à 70 m entre 2 supports (selon les cas). Publicité murale interdite sur les murs de clôture, limitée à 1 dispositif par mur de bâtiment Publicité au sol > 2 m ² : obligatoirement monopied
Vitrolles Bd Padovani	ZPR1	Publicité interdite sur les parcelles dont le coté bordant la voie est < 60 m Ailleurs : max 1 dispositif par parcelle, doublons interdits Publicité lumineuse interdite Publicité au sol : obligatoirement de type monopied
Vitrolles Les Estroublans	ZPR6	12 m ² Maximum 1 dispositif par unité foncière

Pas de zonage spécifique sur le secteur de La Pioline / Les Milles dans le RLP d'Aix-en-Provence. C'est la réglementation nationale qui s'y applique.

Enjeux – Zones commerciales, zones d'activité

- **L'image des zones d'activités/zones commerciales**, qui joue un rôle sur :
 - leur attractivité : attractivité de la clientèle comme attractivité des nouvelles entreprises
 - la qualité du cadre de vie

C'est en particulier le cas pour la zone commerciale de Plan de Campagne, centralité économique majeure de la Métropole Aix-Marseille, qui bénéficie d'une image peu qualitative aujourd'hui lorsqu'elle est évoquée.

- **La lisibilité des messages publicitaires et des informations**, toujours plus importantes (en particulier avec le développement de l'affichage numérique).
- **La visibilité des acteurs économiques situés au sein de ces zones**
 - Un besoin de signalétique identifié en particulier en entrée de zone
 - Une amélioration de la visibilité des devantures commerciales et des enseignes sur façade, souvent altérée par les nombreux dispositifs implantés au sol le long des voies (publicités, préenseignes, enseignes au sol).

Certaines zones d'activité bénéficient d'un enjeu complémentaire lié à la situation en entrée de ville (Zone de la Terre du Fort à Pertuis, ...)

- **L'image du territoire et des communes sur les entrées du Pays d'Aix et entrées de ville**, qui joue un rôle sur leur attractivité touristique et résidentielle

A l'inverse, certains pôles d'activité exclus de toute habitation et situés hors agglomération ont des difficultés en matière de signalétique puisque les préenseignes y sont interdites. Bien que cet enjeu ne relève pas du RLPi, un travail sur la signalétique d'information doit permettre d'y répondre.

A.4.4 | Secteur à enjeu n°3 : les pôles de vie (noyaux villageois, quartiers résidentiels, ...)

Situés à l'écart des principaux axes de circulation du territoire, plusieurs quartiers ou agglomérations sont eux-aussi concernés par des enjeux en matière d'affichage publicitaire et/ou de préenseignes :

- les axes secondaires ;
- les traversées de zones résidentielles, de zones mixtes habitats/équipements ;
- les traversées de villages situés en retrait des routes départementales.

On y trouve de l'affichage publicitaire et des préenseignes, mais de façon plus ponctuelle que sur les axes de transit principaux et les zones commerciales.

Leur nombre est toutefois un peu plus important dans les grandes communes et centralités urbaines (Aix-en-Provence, Vitrolles, Gardanne, ...), en particulier là où se rencontre à la fois de l'affiche sur le domaine privé et sur le domaine public (mobilier urbain).

Certaines communes sont quant à elles aujourd'hui relativement bien préservées de l'affichage. Situées à l'écart d'axes de transit majeurs et de zones commerciales d'envergure, leur agglomération principale n'est pas soumise à une forte pression publicitaire. Exemple : le Puy Sainte Réparate, Saint-Estève-Janson, La Roque d'Anthéron, Coudoux, Eguilles, Jouques, Vauvenargues, Puyloubier, Beaurecueil, le Tholonet, Châteauneuf-le-Rouge, Rousset, Peynier, Meyreuil, Cabriès.

Exemples d'espaces perçus et de dispositifs pouvant être rencontrés sur ces tissus urbains :



Aix-en-Provence



Aix-en-Provence



Gardanne



Vitrolles



Simiane-Collongue et Fuveau



Trets



Venelles



Ventabren



Coudoux et La Roque d'Anthéron



Lambesc



Gréasque

Exemple d'espaces encore très bien préservés :



Peynier



Coudoux, route de Velaux



Le Plan, Meyreuil



Bouc Bel Air (agglomération principale)



Châteauneuf-le-Rouge



Le Puy-Sainte-Réparate

Impact sur le paysage :

Sur les secteurs concernés par de l’affichage, l’impact sur le paysage est différent selon le type de tissu urbain concerné.

Installés le long d’axes de large emprise, l’impact de l’affichage existant est relativement modéré. Les formats utilisés, même le 12 m², apparaissent adaptés au cadre urbain.

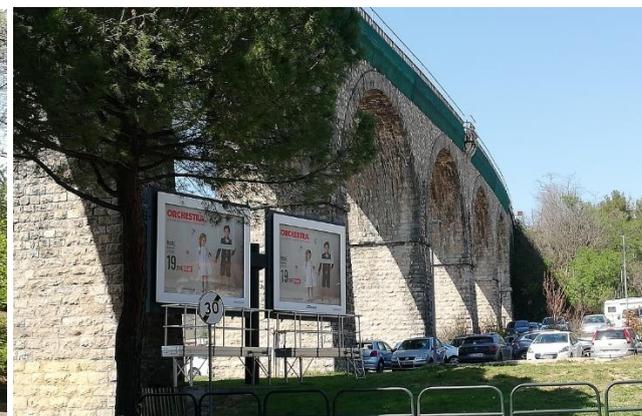
En revanche, il a été observé :

- Une forte emprise visuelle de certains formats lorsqu’ils sont installés dans un tissu urbain dense, là où les bâtiments sont relativement proches de la route, la voirie et l’espace public peu larges : un affichage parfois imposant malgré une densité modérée.
- Des dispositifs qui impactent le cadre paysager lorsqu’ils sont implantés dans des points de vue sur le grand paysage, devant des éléments de patrimoine ou au cœur de paysages arborés. (Cf. détail dans le chapitre spécifique A.4.5.3).
- Des dispositifs numériques en développement, qui impactent le cadre de vie nocturne.

Exemples de dispositifs dont le format ne parait pas adapté au caractère urbain



Exemples de dispositifs impactant le cadre paysager



Analyse des RLP en vigueur

Plusieurs dispositions règlementaires permettent d'encadrer de façon plus restrictive que le code de l'environnement l'affichage au sein de ces quartiers :

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Bouc Bel Air	ZPR5 <i>Reste du territoire</i>	Publicités et préenseignes interdites
Fuveau	ZP2 <i>Axes pénétrants centre-village</i>	Publicité scellée au sol interdite Publicité murale autorisée jusqu'à 2 m ² , une par mur aveugle et par bâtiment Publicité sur mobilier urbain limité à 2 m ² Préenseignes interdites
	ZPR5 <i>Reste du territoire</i>	Publicités et préenseignes interdites
Gréasque	<i>Toute l'agglomération</i>	Sur mur et sur mobilier urbain : RNP Publicité au sol interdite Préenseigne au sol limitée à 1m x 1,5 m
Le Tholonet	ZPR « V » <i>Zone de Publicité Restreinte « Village »</i>	Publicités et préenseignes interdites
Les Pennes Mirabeau	ZPR1 Les Cadeneaux	Publicité au sol interdite Mural autorisé dans la limite de 1 à 4 dispositifs par UF, 12 m ² <u>cumulés</u> maximum Sur mobilier urbain : RNP
Meyreuil	ZPR <i>Le Plan</i>	Publicité interdite à moins de 100m de la RD6 et partout sur les UF < 25m Ailleurs : publicité autorisée jusqu'à 4 m ² , maximum un dispositif par UF Doublons interdits
	ZPI <i>Reste du territoire, dont centre-village</i>	Publicités et préenseignes interdites.
Pertuis	ZPR7 <i>Quartiers résidentiels</i>	Publicité murale et scellée au sol interdite Sur MU : autorisé jusqu'à 2 m ²
Rousset	ZR1 <i>Habitations et équipements en agglomérations</i>	Publicité au sol interdite Publicité murale limitée à 4 m ² Sur MU : autorisé jusqu'à 2 m ² (+ règles d'interdistance)

Trets	ZP3 <i>Ensemble de la zone agglomérée au Sud de la commune comprenant les quartiers résidentiels.</i>	Mural et scellé au sol : 1 dispositif par UF 4m ² et 6m de haut Numérique interdit
Venelle	ZPR3 <i>Reste de l'agglomération</i>	Publicité au sol interdite Publicité murale limitée à 10 m ² . Interdistance de 70m entre 2 publicités dont au moins l'une est ≥ 4 m. pour les autres, interdistance de 50m. Sur MU : autorisé jusqu'à 2 m ²
Vitrolles	ZPR2 <i>Centre-ville, quartier sud</i>	Publicité au sol interdite Sur mur : 12 m ² Interdit sur parcelle < 60m 1 dispositif par parcelle > 60m Sur MU : RNP

Enjeux – Pôles de vie

- **La qualité urbaine, la qualité du cadre de vie**, qui joue notamment un rôle sur l'attractivité résidentielle des communes et notamment des pôles urbains. Une attention doit notamment être portée sur les formats d'affichage, sa densité ainsi que le développement du numérique.
- **Dans les « petites » communes** : enjeu de maintien de l'identité villageoise, du cadre de vie
- **Préservation/valorisation des axes d'intérêt paysager (voies arborées, points de vue, ...)**

>> Une réflexion à mener notamment sur les formats (formats des dispositifs au sol et format cumulé des dispositifs muraux) : nécessité de travailler la proportionnalité entre le support et le format publicitaire en fonction du tissu urbain. Le mobilier urbain et les autres dispositifs n'ont pas les mêmes ambitions. Le mobilier urbain répond à des besoins fonctionnel et social (informations, confort, services), tandis que la publicité privée a un but commercial. Les deux servent des intérêts différents, ce qui justifie en partie des réglementations distinctes. Les structures de mobilier urbain ont une fonction utilitaire pour la communauté et la publicité ne peut y être qu'accessoire. Ils peuvent nécessiter une plus grande surface pour une visibilité et une information claires. Les dispositifs publicitaires sont davantage orientés vers un objectif commercial. Un format réduit peut réduire leur impact le long des voies et leur limitation en nombre et en format peut contribuer à l'amélioration de la qualité de vie dans les espaces résidentiels où la publicité peut parfois être perçue comme trop intrusive.

>> Nécessité d'anticiper les futures demandes d'affichage sur les communes aujourd'hui préservées, en lien avec de nouveaux équipements commerciaux.

>> Nécessité d'assurer un traitement harmonieux des agglomérations de moins de 10 000 habitants présentant des caractéristiques communes (urbaines, paysagères, économiques, ...), malgré des règles nationales très différentes (selon leur appartenance ou non à l'unité urbaine Aix-Marseille).

>> A noter que certaines agglomérations de villages sont très largement classées Site patrimonial remarquable : Rognes, Jouques, Vauvenargues. En dehors de secteurs ciblés, toute publicité et préenseigne y est interdite. Le règlement tel qu'il existe (règles nationales) semble adapté aux enjeux :

- de protection des paysages et du patrimoine (SPR, proximité site classé, grand site de France) ;
- de préservation de l'identité villageoise de ces communes.

A.4.5 | Secteur à enjeu n°4 : les sites remarquables

A.4.5.1 | Les centres historiques

Le Pays d'Aix compte des centres-villes, centres-village qui présentent un **intérêt patrimonial singulier** du fait de leur caractère historique. Ces quartiers doivent faire l'objet d'une attention particulière dans le RLPi : l'affichage publicitaire et les enseignes jouent en effet un rôle essentiel dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural, la lecture des rues.

Ces centres anciens sont aujourd'hui, dans leur ensemble, globalement bien préservés de l'affichage publicitaire. Cela est dû :

- Soit à leur éloignement des principaux axes de circulation du territoire (et donc moins stratégiques en matière d'affichage publicitaire/préenseignes).
- Soit par la présence d'un périmètre de protection qui rend interdite toute forme de publicité (hors dérogation RLP) : abord de monument historique, site patrimonial remarquable, site inscrit.
- Soit par la présence d'un règlement local de publicité qui y encadre fortement l'affichage (même en cas de dérogation en site protégé).

Une grande partie de ces noyaux historiques ne présente pas de publicités et préenseignes. Seule la signalétique d'information locale est utilisée pour signaler les activités locales.

D'autres peuvent présenter des préenseignes de petits formats, de manière très ponctuelle.

Les centres-villes d'importance comptent quant à eux généralement de l'affichage sur du mobilier urbain type abribus, muppi, colonnes porte-affiches. C'est le cas notamment d'Aix-en-Provence, Gardanne, Les Pennes Mirabeau, Pertuis, ...

Exemples d'espaces perçus :



Jouques et Lambesc



Peynier et Ventabren



Cabriès-village, Jouques



Mimet



La Roque d'Anthéron, avec une préenseigne murale



Cabriès, avec un mat porte-affiche et de la Signalétique d'information locale (SIL)



Gardanne, avec un muppi



Aix-en-Provence, avec des muppi et colonnes-portes-affiches



Aix-en-Provence, présentant sur le tour de ville de l'affichage numérique sur abris-bus

Dans certaines communes, l'application des périmètres de protection rend d'ores et déjà non conformes certains dispositifs ayant un impact sur la qualité de perception du patrimoine architectural.

Exemples :



Meyrargues (vue sur le château) et Rognes (dont l'agglomération est entièrement classée Site patrimonial remarquable)

Impact sur le paysage :

Au regard de l'existant, les impacts sur le cadre paysager et patrimonial de ces centres historiques sont limités. L'affichage numérique, lorsqu'il existe (exemple centre d'Aix), peut toutefois perturber la perception du site.

Analyse des RLP en vigueur

La majorité des RLP autorise uniquement la publicité sur mobilier urbain dans les centres-historiques des communes concernées.

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur	
		Publicité sur mur et au sol	Publicité sur mobilier urbain
Aix-en-Provence	ZPRO.0 secteur sauvegardé	Interdite	Autorisée, dans la limite de l'existant.
	ZPR-14 Les Milles Centre-ville	Interdite	Autorisée jusqu'à 8 m ²
	ZPR-15 Luynes – Centre-ville		
Bouc-Bel-Air	ZPR1 – Centre du village	Interdite	Autorisée jusqu'à 2 m ²
Fuveau	ZPR1 Centre du village	Interdite	Autorisée jusqu'à 2 m ²
Gréasque	Toute l'agglomération	Sur mur : RNP Publicité au sol interdite Préenseigne au sol limitée à 1m x1,5m	Autorisée dans les conditions du code de l'environnement (12 m ²)

Le Tholonet	ZPR « V » <i>Centre-village</i>	Interdite	Interdite
Les Pennes Mirabeau	<i>ZPRO-site inscrit du village</i>	Interdite	Autorisée dans les conditions du code de l'environnement (12 m ²)
Pertuis	<i>ZPR6 – Centre historique</i>	Sur mur : maximum 4 m ² , 6m de haut. 3 dispositifs maximum Au sol : interdite	Autorisée jusqu'à 2 m ² et uniquement sur abris-voyageurs.
Rousset	<i>ZPR1</i>	Sur mur : maximum 4 m ² . Interdite sur mur de clôture. Au sol : interdite	Autorisée jusqu'à 2 m ²
Trets	<i>ZP1 – Centre-ville</i>	Interdite	Autorisée jusqu'à 4 m ² , 6m de haut
Venelles	<i>ZP1 – Centre-ancien</i>	Interdite	Autorisée jusqu'à 2 m ²
Vitrolles	<i>ZPR3 - Village</i>	Publicité au sol et sur mur interdite Préenseignes autorisées dans la limite de 1,5 m ² 1 dispositif par unité foncière	Autorisé jusqu'à 12 m ²

Enjeux – Centres historiques

Deux types de centres historiques peuvent être identifiés :

- Les centres historiques qui ne font pas l'objet de périmètres de protection, sur lesquels une attention doit être portée sur les possibilités d'affichages, parfois larges, offertes par le code de l'environnement, et donc leur impact potentiel sur la perception du patrimoine bâti.
- Les centres historiques protégés au titre d'un site patrimonial remarquable, site inscrit, abords de monument historique, au sein desquels, à l'inverse, la loi interdit tout type d'affichage en l'absence de dérogation RLPi.

Pour tous, plusieurs enjeux sont identifiés :

- **La lisibilité du patrimoine architectural**
- **La lisibilité des informations culturelles**
- **L'attractivité de ces cœurs historiques.** Cet enjeu concerne à la fois les centres historiques eux-mêmes, comme les « portes d'entrée » vers ces sites touristiques, ou « zones tampon ». Une attention particulière doit notamment être portée sur la qualité, l'image des pénétrantes urbaines concernées, qui elles, ne sont pas forcément intégrées au périmètre de protection.
 - C'est le cas en particulier du centre-ville d'Aix-en-Provence, site patrimonial et touristique majeur du Pays d'Aix, qui compte plusieurs portes d'entrée (avenue Pierre Brossolette, Cours Gambetta, avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny).

Le RLP en vigueur a déjà en partie pris en compte ce type d'enjeu avec :

- Une zone spécifique à « l'extension du champ du secteur sauvegardé vers l'ouest et le sud-ouest, afin de protéger le « paysage urbain » du nouveau Centre-Ville, incluant quartiers anciens autour des Chartreux et quartiers neufs de Sextius-Mirabeau » (ZPRO-1)
- Une zone spécifique au « Cours Gambetta, de part et d'autre de la chaussée depuis la rue d'Italie jusqu'au croisement avec la traverse Paul Beltcaguy » (ZPRO-2)

Commune	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions des RLP sur les secteurs concernés
Aix-en-Provence	ZPRO-1 <i>L'extension du champ du secteur sauvegardé vers l'ouest et le sud-ouest, afin de protéger le « paysage urbain » du nouveau Centre-Ville, incluant quartiers anciens autour des Chartreux et quartiers neufs de Sextius-Mirabeau</i>	Publicité murale et scellée au sol interdite . Publicité autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 8 m ²
	ZPRO-2 <i>Cours Gambetta, de part et d'autre de la chaussée depuis la rue d'Italie jusqu'au croisement avec la traverse Paul Beltcaguy</i>	

- Toutefois, d'autres axes méritent une attention particulière, présentant plusieurs dispositifs de grand format, muraux, scellés au sol et sur mobilier urbain.



Avenue de Lattre de Tassigny, Aix-en-Provence



Avenue Pierre Brossolette, Aix-en-Provence



Cours Gambetta, Aix-en-Provence

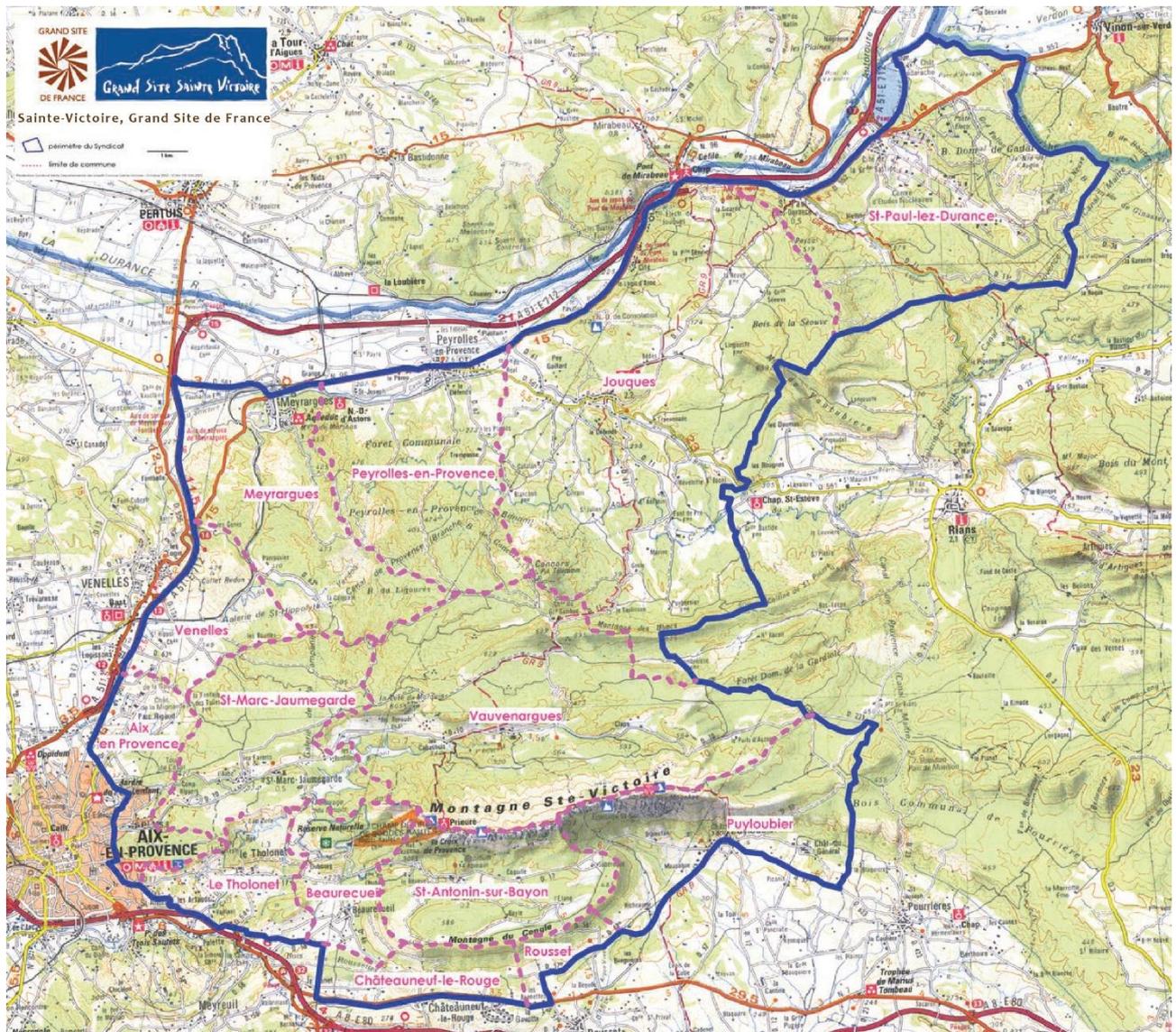
A.4.5.2 | Le grand site Concors-Sainte-Victoire

Emblème majeur du territoire, la montagne Sainte-Victoire en a acquis une valeur sociale et culturelle majeure en laquelle les habitants projettent une part importante de leur appartenance territoriale. Sa haute silhouette, perceptible depuis presque toutes les communes du Pays d'Aix, en fait un élément paysager fort de repérage pour tout un chacun et d'identification à un territoire commun.

Le label Grand site de France, attribué par l'Etat, est la reconnaissance d'une gestion conforme aux principes du développement durable, conciliant préservation du paysage et de "l'esprit des lieux", qualité de l'accueil du public, participation des habitants et des partenaires à la vie du Grand Site.

Il est attribué au territoire du Grand Site qui est en grande partie classé au titre de loi de 1930 (code de l'environnement). Sainte-Victoire est l'un des 4 premiers Grands sites à avoir obtenu le label Grand Site de France en 2004, renouvelé en 2011. Celui-ci est accordé par le ministère de l'Ecologie quand la structure responsable de l'espace a fait preuve d'une gestion d'excellence respectant les principes du développement durable.

Ce label concerne 15 communes du territoire : Aix-en-Provence, Beaurecueil, Châteauneuf-le-Rouge, Jouques, Tholonet, Meyrargues, Meyreuil, Peyrolles-en-Provence, Puylobier, Rousset, Saint-antonin sur Bayon, Saint-Marc-Jaumegarde, Saint-Paul-les-Durance, Vauvenargues, Venelles.



La labellisation Grand Site de France ne renvoie à aucun cadre réglementaire plus restrictif que ce qui est applicable dans les autres agglomérations du Pays d'Aix. L'affichage publicitaire y est donc autorisé jusqu'à 4 ou 12 m² en dehors des site classé et inscrit de la Sainte-Victoire, de SPR et abords de monuments historiques.

Aujourd'hui, les agglomérations situées au cœur du Grand site, à l'écart des grands axes de circulation, sont relativement bien préservées de l'affichage (Le Tholonet-centre, Vauvenargues, Saint-Marc-Jaumegarde, Jouques). D'autres sont en revanche un peu plus concernés (Puylobier, Peyrolles-en-Provence, Meyrargues, Aix-en-Provence).

Exemples d'espaces perçus et de dispositifs présents :



Le Tholonet



Beurecueil



Puylobier



Rousset



Meyrargues



Peyrolles-en-Provence

Règlementation nationale / points forts des RLP en vigueur

Plusieurs RLP en vigueur ont mis en place des dispositions allant dans le sens d'une protection de ce site remarquable :

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Aix-en-Provence	ZPRO-3 <i>RD17 : entrée du grand site par Le Tholonet-village</i> ZPRO-9 <i>RD10 : entrée du grand site par Saint-Marc Jaumegarde</i>	Publicités, préenseignes autorisées uniquement sur mobilier urbain jusqu'à 8 m ² .
Le Tholonet	ZPR « V » <i>Centre-village</i>	Publicités et préenseignes interdites.
Rousset	ZR1 <i>Habitations et équipements en agglomérations</i>	Publicité au sol interdite Publicité murale limitée à 4 m ² Sur MU : autorisé jusqu'à 2 m ² (+ règles d'interdistance)

A noter que certains villages sont aujourd'hui d'ores et déjà protégés de l'affichage publicitaire : certaines agglomérations sont très largement classées Site patrimonial remarquable : Jouques, Vauvenargues, Peyrolles-en-Provence. En dehors de secteurs ciblés, toute publicité et préenseigne y est interdite.

La route Cézanne, porte d'entrée du territoire en continuité de la RD17 sur Aix est, elle, protégée au titre des monuments historiques et de sa localisation hors agglomération.

Enjeux – Grand site Concors-Sainte-Victoire

- **L'image du Grand site Concors- Sainte-Victoire**, en lien avec la mesure 13E39 de l'opération Grand Site de France, qui vise à « Accompagner la réduction des panneaux publicitaires » : « veiller à préserver les paysages et plus généralement le cadre de vie en encadrant les dispositifs publicitaires ».
- **La qualité de perception de ce site remarquable, emblématique (reliefs de la Sainte-Victoire et de Concors, villages provençaux, ...).**

Avec une attention particulière à porter à la fois sur :

- Les agglomérations situées en cœur de Grand site
- Les agglomérations, routes, situées en frange ou en « porte d'entrée » du Grand site.

- **Un traitement cohérent de l'affichage à l'échelle du Grand site malgré la localisation des communes en ou hors unité urbaine de Marseille**

A.4.5.3 | Les « longues vues »

Les paysages du Pays d'Aix participent pleinement à la qualité du cadre de vie, ils en font sa richesse culturelle et sa renommée.

Les reliefs occupent une place particulière dans cette perception du paysage : ils constituent des points d'appel et de repère qui attirent le regard et nous orientent. Certains lieux ont acquis une valeur par le regard porté par un peintre (Cézanne et la Sainte-Victoire est de ce point de vue, un exemple emblématique dans la France entière) ou par l'émotion dont a su témoigner un poète, un romancier ou un cinéaste. Emblème majeur, la Sainte-Victoire en a acquis une valeur sociale et culturelle majeure en laquelle les habitants projettent une part importante de leur appartenance territoriale. Sa haute silhouette, perceptible depuis presque toutes les communes du Pays d'Aix, en fait un élément paysager fort de repérage pour tout un chacun et d'identification à un territoire commun.

Les longues vues sur ces reliefs emblématiques depuis les centres urbains en acquièrent de ce fait une valeur particulière qui appelle une attention aux co-visibilités qui lui porteraient atteinte.

Une attention doit également être portée sur la perception de certains paysages urbains identitaires/ pittoresques, depuis les agglomérations :

- Les silhouettes villageoises des villages pittoresques : Eguilles, Cabriès, Puylobier,
- Le patrimoine bâti : patrimoine industriel, bâti ancien (châteaux, ...), équipements et infrastructures (viaduc, aqueduc).

Exemples de vues sur le grand paysage impactés par l'affichage publicitaire :



Pertuis, vue sur le Luberon

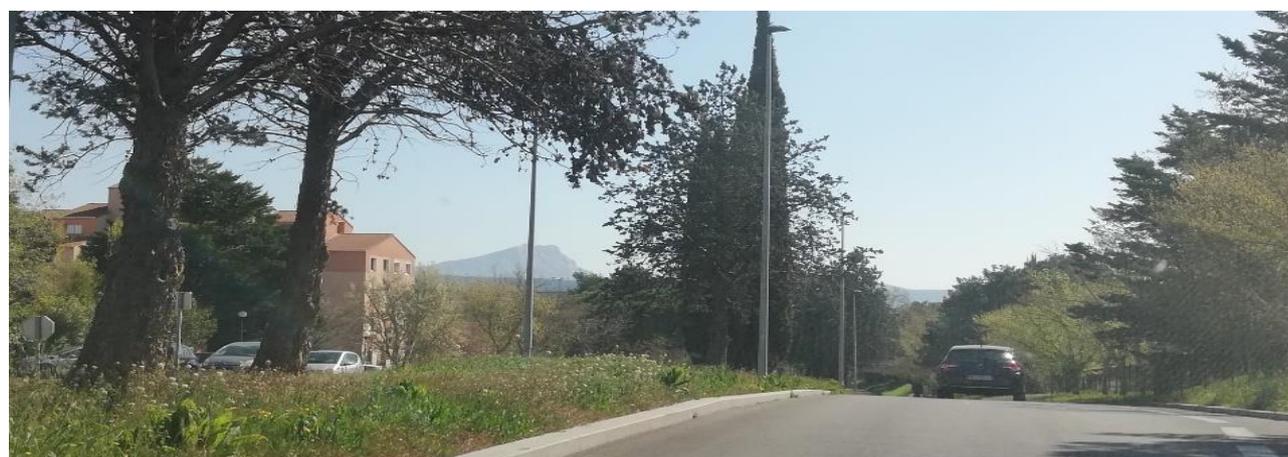


Simiane-Collongue, vue sur la chaîne de l'Etoile



Les Pennes Mirabeau, vue sur le massif de la Nerthe

Exemple de secteurs encore bien préservés devant faire l'objet d'une attention particulière dans le RLPi au regard des possibilités d'affichage offertes par le code de l'environnement :



Aix-en-Provence, vue sur la montagne Sainte-Victoire



Gardanne, vue sur le massif de l'Etoile

Exemples de vues sur les silhouettes villageoises sur lesquelles une attention doit également être portée, notamment sur les secteurs situés au-delà des périmètres de protection monuments historiques, SPR.



Eguelles



Fuveau



Peynier

Enjeux

- La qualité des vues sur le grand paysage et en particulier les reliefs emblématiques du territoire

A.4.6 | Secteur à enjeu n°5 : la gare Aix-TGV et l'aéroport Marseille Provence

La gare TGV et l'aéroport Marseille Provence constituent des portes d'entrée majeures du territoire. La qualité de ces espaces joue, au même titre que sur les axes routiers, un rôle essentiel dans la première image perçue du la métropole Aix-Marseille.

L'affichage y est encore relativement modéré alors que le code de l'environnement permet de larges possibilités. Sur l'aéroport Marseille Provence, la réglementation nationale autorise en effet l'installation de publicités et préenseignes jusqu'à 50m² par affiche, engendrant un potentiel de développement très important.

Aujourd'hui, l'entrée de l'Aéroport compte 4 dispositifs de 12 m² ; le reste étant sur Marignane, où se situe la majeure partie de l'aéroport. La gare TGV compte quant à elle 2 dispositifs de 12 m² et quelques-uns de 2 m².

Entrées (inter)nationales du Pays d'Aix, ces secteurs doivent donc faire l'objet d'une attention particulière.



Gare TGV (Aix-en-Provence, Cabriès)



Aéroport (emprise Vitrolles)

Aujourd'hui, ces secteurs ne font pas l'objet de dispositions spécifiques dans les RLP communaux d'Aix-en-Provence et de Vitrolles.

Enjeux – Gare Aix-TGV et aéroport Marseille-Provence

- La qualité de l'entrée de territoire par la gare TGV et l'aéroport Marseille-Provence
- Pour l'aéroport : un travail à engager pour assurer une cohérence de traitement avec l'emprise située sur Marignane (cf. RLPi Marseille Provence), en lien avec le projet de requalification de l'aéroport.

Il est rappelé que le RLPi n'a pas vocation à régler l'affichage présent à l'intérieur d'un « local », soit au sein du bâtiment de la gare et de celui de l'aéroport. Ces espaces ne sont donc pas étudiés dans le présent diagnostic.

A.5 | Etat des lieux et secteurs à enjeux en matière d'enseignes

A.5.1 | Etat des lieux des enseignes

Des enseignes sont identifiées sur l'ensemble des communes, avec une densité plus importante sur les pôles économiques structurants :

- Les centres-villes, centres-village
- Les zones d'activités commerciales
- Les zones industrielles
- Les pôles commerciaux de proximité

D'autres secteurs sont également concernés par la présence, plus ponctuelle, d'enseignes : les quartiers à vocation résidentielle ainsi que les zones naturelles et agricoles.

A.5.2 | Secteur à enjeu n°1 : les centres-villes, centres-villages

Les centres-villes, centres-villages constituent des pôles économiques majeurs de la métropole, regroupant essentiellement des petits commerces.

Dans ces secteurs majoritairement historiques, à forte valeur architecturale, les enseignes jouent un rôle majeur dans la perception du patrimoine bâti et du tissu urbain.

On y rencontre essentiellement des enseignes :

- Sur façade : à plat ou de type potence/drapeau
- Sur auvents, stores-banne, parasols
- Quelques enseignes au sol (chevalets mobiles) sur le périmètre d'autorisation d'occupation du domaine public
- Des enseignes très diversifiées en matériaux, coloris et type de lettrages utilisés.

Impact sur le paysage :

Plusieurs enseignes de qualité sont rencontrées, qui s'intègrent de façon harmonieuse au bâti, par leur couleur, esthétique ou emprise discrète sur le bâti :

- des enseignes en potences et drapeaux,
- des enseignes sous forme de lettrages fixés directement sur la façade,
- des enseignes peintes sur devanture bois ou directement sur la façade,
- des enseignes sur auvents, stores, relativement discrètes.

Exemples :

Enseignes sous forme de lettrages fixés directement sur la façade





Enseignes peintes





Enseignes en bandeau



Enseignes en potence ou drapeau



Enseignes sur store



Enseignes sur toiture



Certaines enseignes en vitrophanie, discrètes



En revanche, certaines enseignes impactent ou peuvent impacter (au regard des dispositions nationales en vigueur) la qualité architecturale de ces cœurs urbains :

- des enseignes sur garde-corps de balcon, éléments d'architecture,
- un nombre ou une surface d'enseignes qui peut engendrer une surdensité visuelle,
- une dimension d'enseignes parfois peu harmonieuse avec la surface de la façade,
- des dispositifs en potence et drapeau installés aux étages, qui brouille parfois la lisibilité de la façade,
- des enseignes en drapeau/potence installées au-dessus des ouvertures, qui impactent la perception des ouvertures, des couleurs parfois peu harmonieuses avec le bâti...
- les enseignes numériques : en fort développement, à l'intérieur comme à l'extérieur des façades, ces enseignes numériques lumineuses peuvent créer une surcharge visuelle, perturbant l'esthétique urbaine et la qualité de l'environnement visuel, au sein des espaces naturel ou agricole mais également au sein des espaces urbains. Diffusant plus de messages et plus souvent que les enseignes traditionnelles, il est également constaté que ces dispositifs au statut d'enseigne sont également souvent le support de messages publicitaires ou de préenseignes.
- Certaines enseignes sont réalisées en vitrophanie. La vitrophanie est une technique d'implantation de dispositifs publicitaires ou d'enseignes par accolage sur baie, ouvertures vitrées et installés à l'intérieur de l'activité. A l'exception des dispositifs lumineux, un RLPi ne peut règlementer les dispositifs situés à l'intérieur d'un local d'activité. Des règles peuvent donc être établies pour les dispositifs installés sur la devanture du bâtiment, à l'extérieur, comme par exemple pour les enseignes sur baie où la publicité de petits formats.

Exemples :









Points forts des RLP en vigueur

Plusieurs RLP encadre les enseignes dans leur centre urbain, avec dans la majorité des cas :

- Une limitation du nombre et/ou de la surface des enseignes sur façade (parallèles et perpendiculaires)
- Une interdiction des enseignes sur toiture
- Une interdiction ou limitation des enseignes scellées au sol

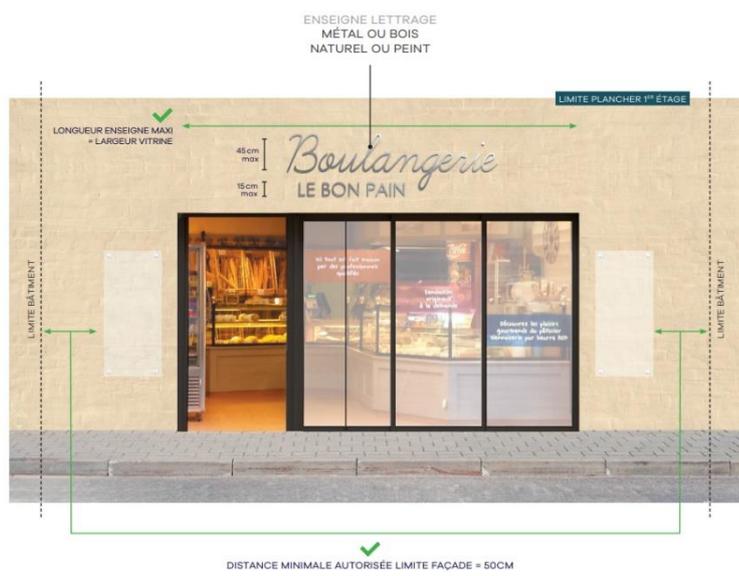
Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Bouc Bel Air	ZPR1 * <i>Centre du village</i>	Enseignes sur façade : maximum 20% de la surface de la devanture Enseigne parallèle : 1 dispositif par façade, de 2 ou 6 m ² selon la longueur de la devanture. 0,5m de haut maximum Une seule enseigne perpendiculaire à la façade, de taille 0,6x0,6x0,25m maximum et de saillie 0,7m maximum. Enseigne sur clôture : maximum 1 par établissement, uniquement sur une clôture aveugle s'il y a une impossibilité de l'apposer sur la façade commerciale. 2m ² maximum. Enseignes au sol et sur toitures interdites.
Fuveau	ZP1 <i>Centre-village</i>	Une seule enseigne perpendiculaire à la façade, de taille 0,6x0,6x0,25m maximum et de saillie 0,7m maximum. Enseignes parallèles limitées à 1 ou 2 par façade et à 2 ou 4 m ² selon la surface de la devanture. Enseignes scellées au sol interdites.
Le Tholonet	ZPR « V » <i>Village</i>	Maximum 1 enseigne par activité. Enseigne parallèle en imposte : maximum 1m de haut pour l'enseigne principale. La longueur de l'enseigne devra au moins être égale à 4 fois la largeur de celle-ci. Enseigne parallèle verticale : 1,5m x1m pour l'enseigne secondaire. Les enseignes perpendiculaires, scellées au sol et sur toiture sont interdites.
Pertuis	ZPR6 <i>Centre historique</i>	Enseignes parallèles limitées à 4 m ² . Une seule enseigne perpendiculaire autorisée, de 1,5 m ² maximum. Enseignes au sol et sur toitures interdites.
Trets	ZP1 <i>Centre-ville</i>	Une seule enseigne perpendiculaire par façade avec saillie de 0,8m maximum. Une seule enseigne au sol de plus de 1m ² ; une seule de moins de 1m ² . Une seule enseigne sur clôture, de 3m ² maximum. Enseignes numériques et sur toitures interdites.
Venelles	ZPR1 <i>Centre ancien</i>	Enseignes parallèles : Surface cumulée maximum sur une même façade : 0,6 m ² x longueur de la façade. Si placée au-dessus du plancher bas du 1er étage : nécessairement en lettres et graphismes découpés Enseignes perpendiculaires : 1 seule enseigne par façade. 0,8 m ² max. Saillie au mur : max 1m Chevalet au sol : 1 seul dispositif par établissement. Max 0,8m ² par face Enseignes scellées au sol et sur toiture interdites. Enseignes sur bacon ou marquises sont interdites.

D'autres communes font référence au règlement de leur Site patrimonial remarquable (Aix-en-Provence, Jouques...)

D'autres ont mis en place une charte de devanture commerciale, faisant office de recommandations à destination des commerçants. C'est en particulier le cas de Lambesc, qui préconise :

- une hauteur de lettrages selon le type d'enseigne sur façade
- une largeur d'enseigne (= celle de la vitrine ou celle de l'applique)
- des matériaux
- une saillie et largeur maximum pour l'enseigne en drapeau

Ci-contre : extrait de la charte de Lambesc



Enjeux – Centres-villes, centres-villages

Dans une grande partie des centres-villes, centres-villages, les enseignes sont soumises à l'accord de l'architecte des bâtiments de France, lorsqu'elles s'inscrivent aux abords de monuments historiques ou en site patrimonial remarquable. Cette disposition permet d'ores et déjà, même en l'absence de RLPi, de vérifier la qualité des enseignes.

En matière d'intégration architecturale, les enjeux du RLPi y sont donc moins importants que pour les publicités et préenseignes, soumises à simple déclaration pour la plupart. En revanche, il y existe un enjeu en matière :

- **de lisibilité des règles applicables et de cohérence globale à l'échelle des communes**, aucun règlement écrit n'existant aujourd'hui (hors dispositions de RLP en vigueur)
- **d'harmonisation des règles à l'échelle d'un ensemble urbain cohérent**, alors même que celui-ci peut ne pas être entièrement concerné par un périmètre de protection (exemple lorsqu'il s'agit de rayon de 500m autour d'un monument historique).
- **de développement des enseignes numériques.**

Dans les centres-villes, centres-villages, ne faisant pas l'objet de périmètre de protection, il existe un véritable enjeu :

- **d'intégration architecturale et urbaine des enseignes**, qui doivent faire l'objet d'une attention particulière, alors qu'elles sont aujourd'hui soumises aux mêmes dispositions que les enseignes installées en zones d'activité.

A.5.3 | Secteur à enjeu n°2 : les zones d'activités

Autres pôles économiques majeurs, les zones d'activités regroupent un grand nombre d'enseignes. On peut distinguer deux types de zones :

- **les zones commerciales ou pôle d'activité mixtes**, qui comptent généralement des enseignes de taille et en nombre supérieurs à celles rencontrées dans les centres-villes, centres-villages. On y rencontre également des enseignes sur supports plus diversifiés, notamment des enseignes scellées au sol et sur toiture. Dans ces zones, les enseignes jouent un rôle essentiel d'attractivité du public vers les commerces.
- **les zones d'activité artisanales, industrielles, tertiaires**, qui à l'inverse n'ont pas vocation à accueillir beaucoup de « public ». Dans ces zones les enseignes sont plutôt limitées en nombre, en support, couleurs et en emprise. Elles jouent un simple rôle d'indication de la présence de l'activité pour les personnes dont la destination est précisée à l'avance (livreurs, ...).

Exemples de dispositifs rencontrés en Zone commerciales ou pôle d'activité mixte

Plan de Campagne





Les Milles / la Pioline





Zone économique de Pertuis





La Billonne (Les Pennes Mirabeau)



Enseignes scellées au sol

Vitrolles



Exemples de dispositifs rencontrés en zone à vocation principale artisanale, industrielle, tertiaire, logistique



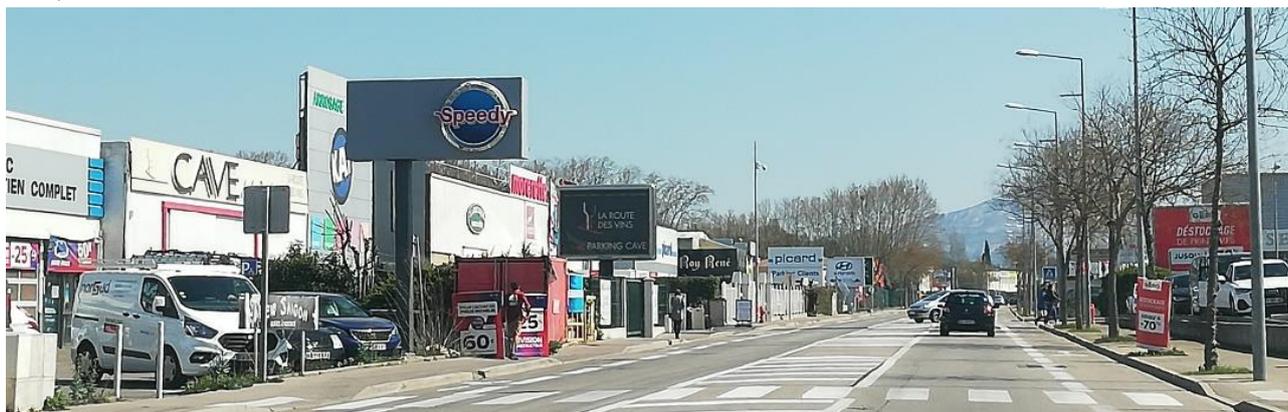


Impact sur le paysage :

Il concerne essentiellement les zones commerciales, pôles mixtes, au sein desquels plusieurs points noirs paysagers peuvent être identifiés :

- Des enseignes scellées au sol, souvent en grand nombre et de grande dimension, qui, cumulées à la présence de panneaux publicitaires, engendrent :
 - o une fermeture du paysage, avec une forte empreinte visuelle des différents affichages (publicités, préenseignes, enseignes) ;
 - o une perte de lisibilité des différentes informations et messages ;
 - o une perte de lisibilité de certains bâtiments d'activité implantés le long de ces axes, qui se retrouve en second plan visuel.

Exemple :



- Des enseignes sur toiture de grande hauteur, détachées du bâti afin d'être visibles également depuis les axes routiers structurants alentours.
- L'usage de support disgracieux, en particulier les clôtures non aveugles.

Exemple :



Analyse des RLP en vigueur

Quelques RLP encadrent les enseignes en zone d'activités :

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Fuveau	ZPR4-1 Zone d'activité St Charles	1, 2 ou 3 enseignes par façade (ou vitrine), de 8, 12 ou 25 m ² maximum, selon la surface de la devanture. Activités aux étages interdites. Enseignes perpendiculaires interdites. Enseignes au sol autorisées jusqu'à 3 par établissement, avec une interdistance de 20m, maximum 2 m ² et 3m de haut
Pertuis	ZPR9 Zones d'activité en agglomération	Enseignes parallèles limitées à 20 m ² cumulés. 1 seule enseigne perpendiculaire autorisée, de 2 m ² maximum. Enseignes au sol limitée à 2m ² et 6m de haut Enseignes sur toiture limitée à 1m de haut.
	ZPA 1-2-3 Zones d'activité hors agglomération	1 seule enseigne perpendiculaire autorisée, de 2 m ² maximum. Enseignes au sol limitée à 2m ² et 6m de haut <u>Spécificité entrée de ville Sud (ZPA1)</u> Enseignes parallèles limitées à 20m ² cumulés. Enseignes sur toiture interdites. <u>Spécificité zone d'activités concentrées (ZPA2)</u> Enseignes parallèles limitées à 20 m ² cumulés. Enseignes sur toiture limitée à 1m de haut. <u>Spécificité zone d'activités diffuses (ZPA3)</u> Enseignes parallèles limitées à 8m ² cumulés Enseignes sur toiture interdites.
Trets	ZP2 Zone d'activité	Une seule enseigne perpendiculaire par façade avec saillie de 1m maximum. Une seule enseigne au sol de plus de 1m ² ; une seule de moins de 1m ² . Une seule enseigne sur clôture, de 3m ² maximum. Enseignes sur toiture autorisée jusqu'à 2m ² (en ZP2b). Enseignes numériques et sur toitures interdites.

Enjeux – Zones d'activités

Plusieurs enjeux peuvent être identifiés dans ces zones d'activité :

➤ **La qualité du cadre de vie.**

Une attention doit être portée en particulier sur le format et la densité des enseignes au sol et sur toiture, ainsi que sur le développement des enseignes numériques.

➤ **L'attractivité des zones économiques, via la qualité urbaine et paysagère**

➤ **La visibilité des entreprises :**

- Visibilité de l'établissement lui-même et en particulier si le bâtiment est en recul de la voie, peu visible de celle-ci.
- Visibilité des établissements alentours, certaines enseignes pouvant en cacher d'autres lorsqu'elles sont trop nombreuses, trop imposantes.

A.5.4 | Secteur à enjeu n°3 : reste des zones urbaines

Cette partie concerne le reste des zones urbaines, regroupant :

- Les polarités locales : espaces commerciaux de proximité, ...
- Les secteurs à vocation résidentielle où peuvent être présentes ponctuellement des activités
- Les pôles d'équipements
-

Tous types d'enseignes y sont rencontrés : sur façade, sur toiture, au sol, sur clôture, ...

Certains pôles commerciaux de proximité ont valorisé des dispositifs au sol mutualisés afin de regrouper sur un support unique les enseignes des activités présentes sur la même unité foncière.

Commencent à apparaître des enseignes numériques.

Exemples de dispositifs rencontrés

Enseignes murales



Enseignes au sol







Enseignes sur toiture



Enseignes sur clôture



Zoom sur les espaces commerciaux « de proximité »









Impact sur le paysage :

Plusieurs points noirs peuvent être identifiés :

- Une densité d'enseignes parfois très imposante, sur certaines unités foncières.
- Une hétérogénéité d'implantation et de formats sur certains bâtiments où sont regroupées plusieurs activités.
- Quelques dispositifs sont parfois peu valorisants : enseigne sur clôture, enseignes sur bâche, ...

Analyse des RLP en vigueur

Plusieurs RLP encadrent les enseignes sur les pôles commerciaux de proximité et quartiers :

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Fuveau	ZP5 <i>Reste du territoire</i>	<p>Surface cumulées des enseignes sur façade limitée à 15%.</p> <p>Une seule enseigne parallèle par façade ou par vitrine, de 2 ou 6 m² maximum selon la surface de la devanture.</p> <p>Activités aux étages : une seule enseigne parallèle de 2 m² maximum.</p> <p>Enseignes perpendiculaires interdites.</p> <p>Enseignes au sol autorisées uniquement si l'établissement n'est pas visible ou en retrait de la voie (20m), maximum 1 m² et 2,5m de haut</p>

Gréasque	Toute la commune	Maximum 1 dispositif au sol par activité le long de la voie.
Le Tholonet	ZPR « U » <i>Zone urbaine</i>	Maximum 2 enseignes par activité le long de chacune des voies. Enseignes parallèles : maximum 1m de haut pour l'enseigne principale. La longueur de l'enseigne devra au moins être égale à 4 fois la largeur de celle-ci. 1,5mX1m pour l'enseigne secondaire parallèle. Les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 par activité, de 1m ² maximum et 1m de saillie Les enseignes au sol sont limitées à 1 par activité le long de chaque voie, de 2m ² maximum et 2,5m de haut Les enseignes sur toiture sont interdites.
	ZPR « E » <i>Zone à vocation économique (=polarités locales)</i>	Maximum 2 ou 4 enseignes par activité le long de chacune des voies (selon le sous-secteur). Enseignes parallèles : maximum 1 ou 1,5m de haut, et 15 ou 25m de long (selon le niveau - rdc ou étage). 2mx1,5m pour l'enseigne secondaire parallèle. Les enseignes au sol sont limitées à 1 ou 2 par activité (selon le sous-secteur), de 1,5mx1,5m maximum. Les enseignes sur toiture et perpendiculaires sont interdites.
Meyreuil	Zones de centralité 1 et 2	Les enseignes sur toiture sont interdites. La surface des enseignes sur façade ne devra pas excéder 15% de la surface de la devanture. La surface des enseignes à plat ne devra pas excéder 4 ou 9m ² (selon le secteur). Une seule enseigne perpendiculaire de 0,5 m ² maximum avec saillie de 1m. Au sol, 2 enseignes autorisées dans la limite de 3m ² pour la 1 ^{ère} , 1 m ² pour la 2 ^e . Sur clôture : 2 dispositifs par activité maximum, de 2 m ² maximum.
Pertuis	ZPR3 <i>Pénétrante ou rocade avec activités</i>	Enseignes parallèles limitées à 8 m ² cumulés. Une seule enseigne perpendiculaire autorisée, de 2 m ² maximum. Enseignes au sol limitées à 2m ² et 6m de haut Enseignes sur toiture interdites.
	ZPR7 <i>Quartiers résidentiels</i>	Enseignes parallèles limitées à 4 m ² cumulés. Une seule enseigne perpendiculaire autorisée. Enseignes au sol et sur toiture interdites.
Trets	ZP3 <i>Reste de l'agglomération</i>	Une seule enseigne perpendiculaire par façade avec saillie de 1m maximum. Une seule enseigne au sol de plus de 1m ² ; une seule de moins de 1m ² . Une seule enseigne sur clôture, de 3m ² maximum. Enseignes numériques et sur toiture interdites.

Enjeux – Reste des zones urbaines

➤ **La qualité du cadre de vie**

Sur ces secteurs, l’emprise des enseignes rendues possibles via le code de l’environnement n’est pas forcément adaptée au caractère de la zone. Une attention particulière doit être portée à la fois sur la qualité des enseignes (comme les autres secteurs à enjeu) mais également leur intégration au tissu bâti. C’est le cas notamment des enseignes scellées au sol et sur toiture, qui sont possibles dans tous types de tissu urbains mais sur des formats qui n’y sont pas forcément proportionnés.

Une attention particulière doit également être portée sur les enseignes numériques et l’éclairage nocturne des enseignes lumineuses, qui peuvent impacter le cadre de vie nocturne des habitants.

➤ **La qualité des entrées de villes et des pénétrantes vers les sites remarquables**

Comme pour les publicités et préenseignes, ces secteurs jouent un rôle essentiel dans la perception générale de la ville et l’attractivité des sites touristiques.

➤ **La qualité des vues sur le grand paysage et en particulier les reliefs emblématiques du territoire.** Les enseignes sur toiture peuvent notamment avoir un impact.

A.5.5 | Secteur à enjeu n°4 : hors agglomération

Des enseignes sont également présentes hors agglomération, au cœur de zones naturelles ou agricoles mais également dans certains hameaux. Elles sont liées à diverses activités :

- domaines viticoles et autres activités agricoles
- activités de loisirs
- hébergement (camping, gîtes, ...)
- ...

On y rencontre essentiellement des enseignes au sol implantées en entrée de site, nécessaire à la visibilité des bâtiments situés généralement en retrait des axes de circulation.

Exemples de dispositifs rencontrés





Impact sur le paysage :

Concernant les enseignes au sol, le code de l'environnement les autorise uniquement jusqu'à 6 m² hors agglomération pour toutes les communes, ce qui paraît globalement adapté au caractère de la zone.

En revanche, les autres enseignes sont autorisées dans les mêmes conditions qu'en tissu urbain. C'est notamment le cas des enseignes sur toiture, autorisées aussi hors agglomération jusqu'à 60m² et 3 ou 6m de hauteur. Une attention doit y être portée au regard de leur possible impact sur la perception du grand paysage, dans ces zones offrant souvent de larges perspectives paysagères et profondeurs de vue ainsi que dans leur bonne insertion dans les hameaux.

Analyse des RLP en vigueur

Plusieurs RLP encadrent les enseignes des activités situées hors agglomération :

Communes	Zonage au RLP en vigueur	Dispositions du RLP sur le secteur
Fuveau	ZP5 <i>Reste du territoire</i>	Surface cumulées des enseignes sur façade limitée à 15%. Une seule enseigne parallèle par façade ou par vitrine, de 2 ou 6 m ² maximum selon la surface de la devanture. Activités aux étages : une seule enseigne parallèle de 2 m ² maximum. Enseignes perpendiculaires interdites. Enseignes au sol autorisées uniquement si l'établissement n'est pas visible ou en retrait de la voie (20m), maximum 1 m ² et 2,5m de haut
Gréasque	Toute la commune	Maximum 1 dispositif au sol par activité le long de la voie.
Le Tholonet	ZPR « N » <i>Zone naturelle</i>	Maximum 1 enseigne par activité le long de chaque voie. Enseigne parallèle : maximum 1m de haut pour l'enseigne principale. La longueur de l'enseigne devra au moins être égale à 4 fois la largeur de celle-ci. 1,5m x1m pour l'enseigne secondaire. Les enseignes perpendiculaires, scellées au sol et sur toiture sont interdites.
Meyreuil	ZED <i>Zone d'enseignes discrètes</i>	Les enseignes sur toiture sont interdites. La surface des enseignes sur façade ne devra pas excéder 10% de la surface de la devanture. Une seule enseigne parallèle autorisée, de 4 m ² maximum. Au sol, une seule enseigne autorisée, de 1m ² maximum (6m ² pour les stations-services) Sur clôture : une seule enseigne, de 2 m ² maximum.

Enjeux – Hors agglomération

- L'intégration des enseignes au paysage agricole et naturel, ainsi que dans les hameaux.
- La qualité des vues sur le grand paysage

A.6 | Synthèse des enjeux en matière de publicités et préenseignes et enseignes

En matière de *paysage et patrimoine*, le diagnostic a mis en évidence plusieurs enjeux pour le RLPi :

- » **Enjeu de qualité du cadre de vie et des paysages du « quotidien »**, qui joue un rôle sur l'attractivité résidentielle du territoire et des communes, que ce soit au cœur des villages, des quartiers, des zones commerciales comme sur les axes de transit quotidiens, avec une dimension d'ordre environnemental lié à la réduction des consommations d'énergies.

Une attention est à porter en particulier sur :

- **L'adaptation des possibilités d'affichage à l'identité villageoise des communes concernées**, alors même que certaines peuvent recevoir de l'affichage jusqu'à 10,5 m² du fait de leur intégration à l'unité urbaine Aix-Marseille.
- **L'intégration urbaine des dispositifs publicitaires, préenseignes et enseignes**, au regard notamment du tissu urbain, de la vocation des zones et du caractère des communes concernées. Une attention est à porter sur les formats, les supports, la densité des dispositifs, mais également sur l'affichage lumineux et numérique.
- **La valorisation des axes de transit fortement impactés par l'affichage ou à forte pression en l'absence de RLP/RLPi** : en préservant la qualité paysagère des trajets domicile-travail comme sur l'image des centres-villages situés en retrait (Bouc Bel Air).

Avec une harmonisation du traitement de certains axes, malgré les limites communales. *Exemple : traversées du Pont des 3 Sautet, Palette, Pont de Bayeux, Le Canet, les Bannettes le long de la D7N.*

- **L'image des zones commerciales d'envergure** (en particulier Plan de Campagne), qui souffrent d'une importante pression visuelle lié à l'affichage et aux enseignes.

En ce qui concerne la publicité et les préenseignes, il existe un véritable enjeu d'adaptation de la réglementation nationale à la typologie des tissus urbains (centres historiques, zones commerciales, quartiers résidentiels) et des communes (village, pôle urbain, etc.), en gommant la seule distinction du code de l'environnement « en » ou « hors » unité urbaine Aix-Marseille.

- » **Enjeu d'image du Pays d'Aix sur les entrées du territoire et entrées de ville**, « vitrines » qui jouent un rôle sur son attractivité touristique et résidentielle.

Une attention est à porter en particulier sur :

- **les entrées ou traversées d'agglomérations situées en sorties d'autoroutes et de voie express,**
- **les pénétrantes vers le site patrimonial d'Aix-en-Provence**, site patrimonial remarquable,
- **la gare TGV de l'Arbois et l'aéroport Marseille Provence**, portes d'entrée (inter)nationales du territoire, encore préservées de l'affichage malgré les larges possibilités offertes par le code de l'environnement.

- » **Enjeu d'image des sites remarquables, de lisibilité du patrimoine architectural et paysager**, en particulier sur les secteurs suivants :
 - Le Grand site Concors-Sainte Victoire, que ce soit en cœur de site comme sur ses « portes d'entrées » (exemple Pont de Bayeux, ...).
 - Le Parc naturel régional du Luberon, avec un enjeu de valorisation de l'entrée de ville Sud de Pertuis, porte d'entrée du Parc.
 - Les sites patrimoniaux remarquables et autres centres historiques, en particulier celui d'Aix en Provence soumis à de nombreuses demandes d'enseignes.
 - Le littoral de l'Etang de Berre à Vitrolles.

Une attention est à porter sur les possibilités d'affichage et l'intégration des enseignes dans ces secteurs à fort enjeu paysager.

- » **Enjeu de qualité des vues sur le paysage** et en particulier :
 - sur les reliefs emblématiques du territoire, que ce soit en agglomération (tous dispositifs confondus), comme hors agglomération (enseignes).
 - sur les silhouettes villageoises des villages perchés et certains signaux paysagers (patrimoine bâti).
 - sur le paysage dans son ensemble, depuis les routes belvédères et les routes pittoresques (route Cézanne, route des vins, ...).

Des enjeux économiques et culturels sont également mis en évidence :

- » **Enjeu de visibilité des activités économiques, des établissements**, en prenant en compte le besoin de se signaler (préenseignes), en particulier pour ceux situés en retrait des principaux axes routiers.
- » **Enjeu de lisibilité des messages publicitaires, des enseignes et devantures dans les zones commerciales**, où se concentrent publicités, préenseignes et enseignes.
- » **La présence de supports d'information culturelle et municipale**, notamment dans les centres-villages et le centre-ville d'Aix en Provence.

B. Orientations et objectifs du RLPi

ORIENTATION n° 1 – Valoriser les paysages urbains, la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l’attractivité résidentielle du Pays d’Aix

- ✚ Réduire de façon globale l’emprise de l’affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d’affichage autorisés.
- ✚ Adapter les supports et le format des publicités et préenseignes à la réalité urbaine du Pays d’Aix, c’est-à-dire :
 - *aux différents profils de communes présents sur le territoire : aller vers un gradient entre noyaux villageois, centralités et pôles urbains.*
 - au tissu urbain (zone résidentielle, zone économique...)
- ✚ Améliorer l’intégration urbain des enseignes : encadrer leur nombre, format et qualité.
- ✚ Limiter la pollution lumineuse et les consommations d’énergie en définissant une plage d’extinction nocturne adaptée et en encadrant les dispositifs numériques et l’affichage lumineux

ORIENTATION n° 2 - Valoriser l’image du Pays d’Aix par la qualité de ses entrées de ville et de Territoire

- ✚ Réduire l’emprise de l’affichage sur les entrées de ville et traversées urbaines majeures du territoire, en travaillant sur le format et la densité.
- ✚ Limiter le développement de l’affichage sur la gare TGV de l’Arbois et l’entrée de l’aéroport Marseille-Provence, éviter notamment le développement des dispositifs de très grands formats.

ORIENTATION n° 3 - Préserver et mettre en valeur l’identité du Pays d’Aix, ses richesses paysagères et patrimoniales, clefs de son attractivité touristique

- ✚ Préserver de l’affichage publicitaire les villages du Grand site Concors-Sainte-Victoire, l’encadrer sur les portes d’entrée du Grand Site (Aix-en-Provence, Pont de Bayeux, Meyrargues, ...), travailler l’intégration des enseignes sur ces secteurs
- ✚ Limiter voire interdire les dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes) pouvant impacter la perception du grand paysage, de la campagne aixoise et du littoral de l’étang de Berre.
- ✚ Valoriser l’entrée du PNR du Luberon sur Pertuis en limitant l’emprise visuelle de l’affichage publicitaire : conserver les formats existants mais mieux encadrer la densité.
- ✚ Limiter le développement de l’affichage publicitaire dans les centres historiques, travailler l’intégration architecturale et urbaine des enseignes, avec une attention particulière en site patrimonial remarquable.

ORIENTATION n° 4 - Intégrer la visibilité des activités économiques et culturelles

- ✚ Prendre en compte le besoin des activités locales de se signaler, notamment celles situées en retrait des axes principaux.
- ✚ « Aérer » le paysage urbain des zones commerciales en limitant la densité des différents dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes), tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.
- ✚ Conserver la possibilité d'installer du mobilier d'information municipale, qui pourra éventuellement recevoir une face publicitaire nécessaire à la gestion de ces supports.

LES OBJECTIFS

Les objectifs poursuivis sont les suivants :

- Encadrer les dispositifs publicitaires pour protéger et améliorer la qualité du cadre de vie du Pays d'Aix ;
- Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle du Territoire du Pays d'Aix en prenant compte des spécificités des communes du territoire ;
- Préserver et mettre en valeur les espaces à protéger pour des raisons paysagères, patrimoniales, de composition urbaine ou de qualité du cadre de vie en respectant les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (sites protégés, sites patrimoniaux remarquables, PSMV, Grand Site...) ;
- Concilier la dynamique des activités économiques ou l'attractivité économique avec le respect du cadre de vie ;
- Améliorer l'intégration des dispositifs dans le paysage tant urbain que naturel ou agricole ;
- Améliorer l'image des zones d'activités et des entrées de ville ;
- Réduire l'impact environnemental de certains dispositifs.

C. Justifications des choix retenus au regard des orientations et objectifs

C.1 | Justification de la délimitation des zones du RLPi

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

Cinq zones sont instituées sur le territoire intercommunal :

- *La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les centres-villes, noyaux villageois et faubourgs.*
- *La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les tissus urbains périphériques à dominante résidentielle.*
- *La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre des entrées de ville et entrées de territoire.*
- *La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les zones économiques du territoire.*
- *La zone de publicité n°5 (ZP5) couvre les secteurs situés hors agglomérations.*

L'ensemble de ces zones, comptent plusieurs sous-zones.

C.1.1 | La zone de publicité n°1

➤ *Justification générale*

Une zone spécifique est dédiée aux **centres-villes, noyaux villageois et faubourgs, qui présentent des enjeux spécifiques du fait de leur caractère historique et leur valeur architecturale et patrimoniale**. Ces espaces sont la plupart du temps concernés par des périmètres de protection : abords de monuments historiques classés ou inscrits, sites patrimoniaux remarquables, sites inscrits.

La mise en valeur des monuments historiques classés ou inscrits nécessite de traiter la publicité et les enseignes de manière spécifique et restrictive aux abords de ces secteurs. Au-delà des éléments patrimoniaux faisant l'objet de périmètres de protections institutionnels, il s'agit d'étendre cette mise en valeur à l'ensemble des cœurs historiques, anciens, de chacune des communes, forts marqueurs de l'identité locale.

La typicité de ces espaces à forte valeur patrimoniale leur a conféré une place particulière dans le RLPi. Dans ce sens, un objectif stratégique leur a notamment été dédié en lien avec l'orientation n°3 du RLPi : **Préserver et mettre en valeur l'identité du Pays d'Aix, ses richesses paysagères et patrimoniales, clefs de son attractivité touristique. L'objectif est ici de limiter le développement de l'affichage publicitaire dans les centres historiques et de travailler à l'intégration architecturale des enseignes, avec une attention particulière en site patrimonial remarquable.**

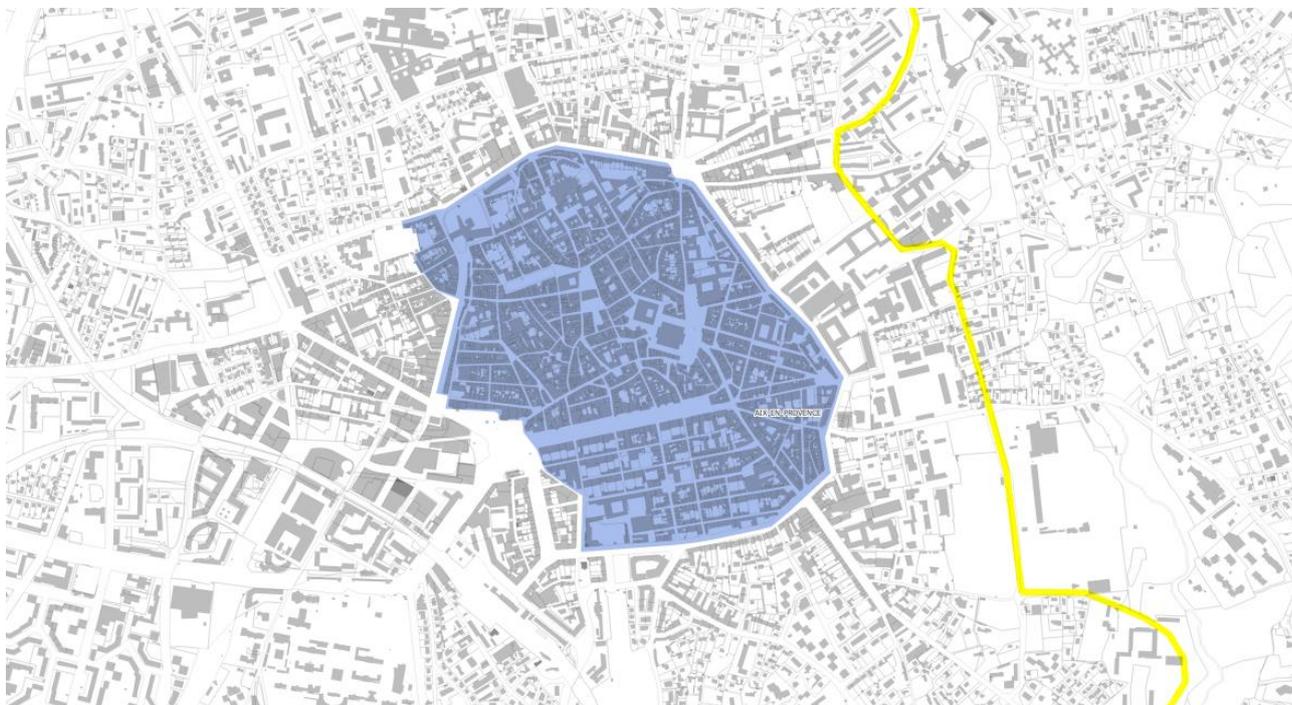
A l'échelle du territoire, cette zone ZP1 est celle où notamment, la densité des publicités et préenseignes est des plus limitée et l'emprise et la qualité des enseignes est des plus encadrée.

La zone de publicité n°1 comporte 2 sous-zones :

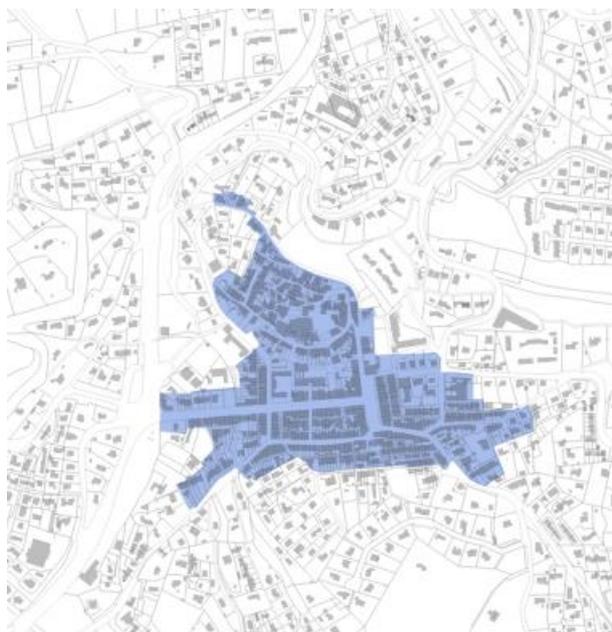
- La zone **ZP1a** couvre les centres historiques des villes et villages.

Ci-dessous quelques illustrations de périmètres correspondant au secteur ZP1a :

Zoom sur Aix en Provence



Zoom sur Fuveau



Zoom sur Puyloubier

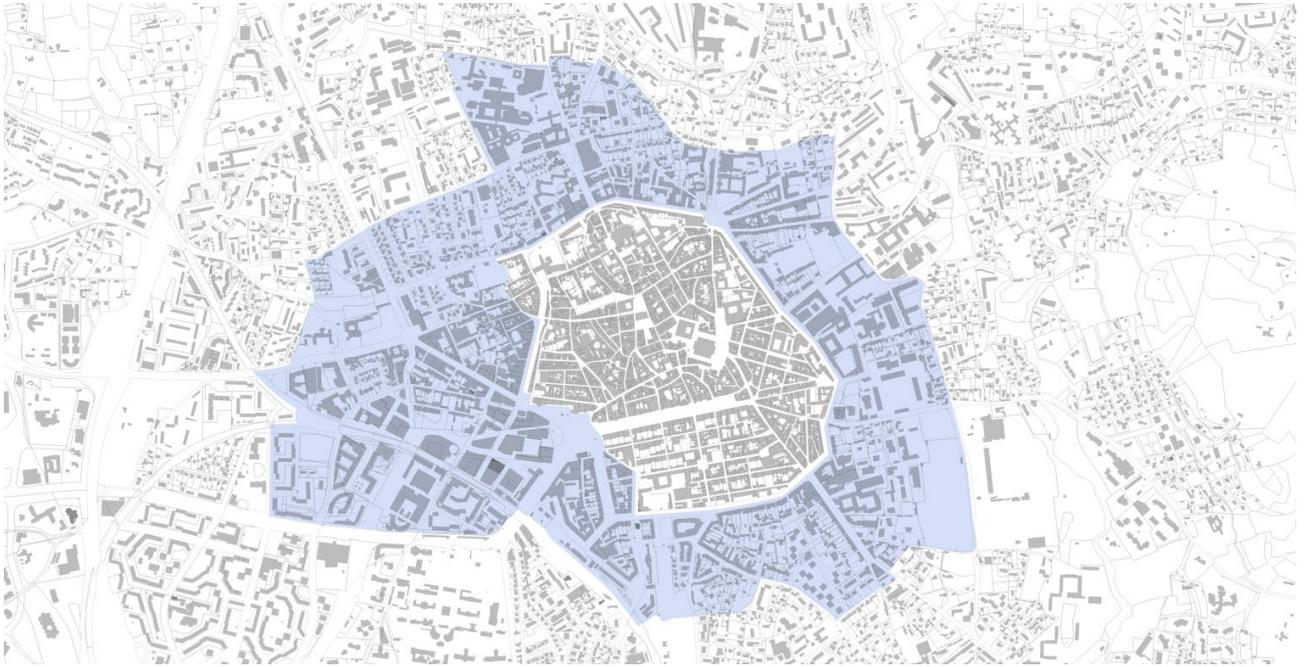


Cartes de situation non réglementaires

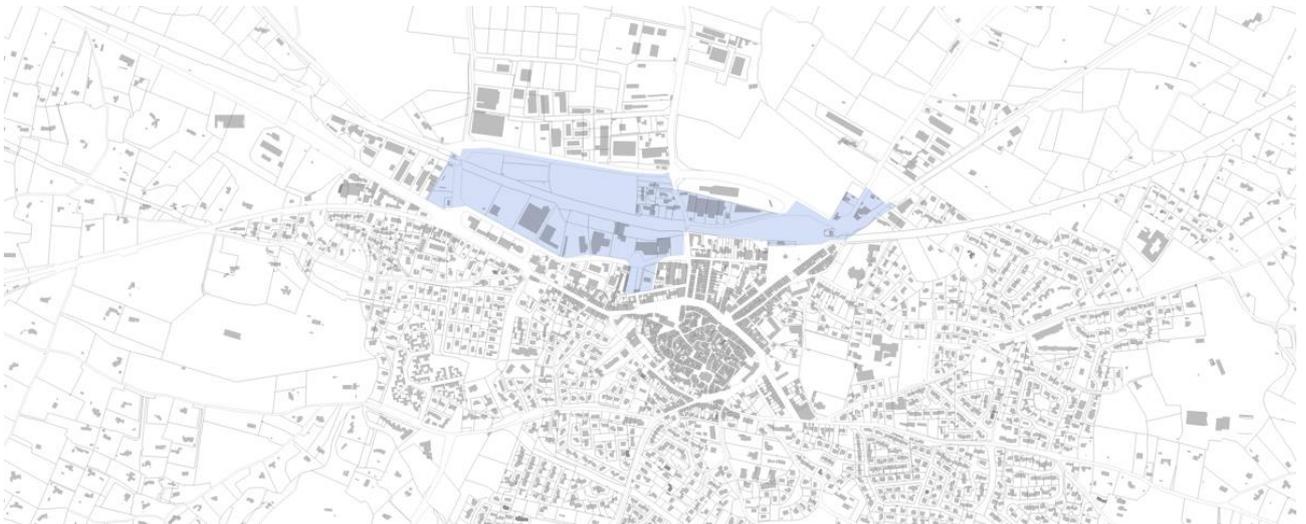
- La zone **ZP1b** couvre des faubourgs et des centres-villes élargis. Sont concernés notamment les communes d'Aix-en-Provence et Trets.

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP1b :

Zoom sur Aix-en-Provence



Zoom sur Trets



Cartes de situation non réglementaires

La distinction entre les deux sous-zones vise à **réglementer de façon différente la publicité supportée par du mobilier urbain**, selon un gradient :

- adapté aux sensibilités patrimoniales des secteurs : un format d'affichage publicitaire limité à **2 m²** (hors SPR, site inscrit et PNR) **sur l'ensemble des mobiliers urbains localisés en ZP1a**. Ce sous-zonage répond également à la nécessité d'attribuer à ces secteurs patrimoniaux des règles spécifiques en matière d'enseignes.
- adapté au profil et à l'identité des agglomérations concernées : les agglomérations des pôles urbains (plus de 10 000 habitants). Sur la base de la notion d'agglomération de plus ou moins 10 000 habitants, l'affichage **sur mobilier urbain** a été traité de façon différente. Il offre la possibilité d'affichage d'un format de **8m²** supérieur aux centre-villageois. Elle permet également d'y encadrer la publicité numérique de façon spécifique au regard de la proximité des abords des centres historiques et/ou des secteurs patrimoniaux.

C.1.2 | La zone de publicité n°2

➤ *Justification générale*

Les paysages du Pays d'Aix sont une richesse majeure du territoire, qui font sa renommée. Ils sont un atout pour l'attractivité économique, touristique et surtout pour la qualité de vie quotidienne de ses habitants. C'est un potentiel en matière d'image, de visibilité et de lisibilité depuis l'extérieur, d'où l'importance de sa bonne gestion et de sa valorisation.

L'attractivité du territoire se traduit par une urbanisation résidentielle en périphérie des centres-villes et des villages. Ces espaces résidentiels représentent aujourd'hui une vaste partie des agglomérations du Pays d'Aix et composent l'essentiel des paysages du quotidien.

Dans ces tissus urbains à dominante résidentielle situés en périphérie des centres-villes, l'objectif est d'apporter également un traitement spécifique vis-à-vis de la publicité et des enseignes. L'objectif consiste notamment à désencombrer le champ visuel du quotidien et garantir une meilleure intégration de ces dispositifs. Ces espaces résidentiels souvent en interface avec les grands paysages perceptibles de par la topographie locale et en même temps situés à proximité des centres anciens, possèdent une valeur de qualité de vie et de vue, à maintenir et/ou à améliorer.

Avec 36 communes, le territoire du Pays d'Aix présente **des profils de communes diversifiés**. Le RLPi prend en considération ces différences en adaptant la réglementation nationale aux spécificités locales. Dans ce sens, les orientations n°1 et 3 fixes plusieurs objectifs :

Valoriser les paysages urbains, la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle du Pays d'Aix avec des objectifs spécifiques, en particulier :

- Réduire de façon globale l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d'affichage autorisés.
- Adapter les supports et le format des publicités et préenseignes à la réalité urbaine du Pays d'Aix, c'est à dire aux différents profils de communes et aux différents tissus urbains (zone résidentielle, zone économique, ...)
- Améliorer l'intégration urbaine des enseignes : encadrer leur nombre, format et qualité.
- Limiter la pollution lumineuse et les consommations d'énergie en définissant une plage d'extinction nocturne adaptée et en encadrant les dispositifs numériques et l'affichage lumineux.

Préserver et mettre en valeur l'identité du Pays d'Aix, ses richesses paysagères et patrimoniales, clefs de son attractivité touristique, avec des objectifs spécifiques, en particulier :

- Préserver de l'affichage publicitaire les villages du Grand site Concors-Sainte-Victoire, l'encadrer sur les portes d'entrée du Grand Site (Aix-en-Provence, Pont de Bayeux, Meyrargues...), travailler l'intégration des enseignes sur ces secteurs ;
- Limiter voire interdire les dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes) pouvant impacter la perception du grand paysage, de la campagne aixoise et du littoral de l'étang de Berre.

La zone de publicité ZP2 correspond donc aux « tissus urbains périphériques à dominante résidentielle » et vise à répondre de façon spécifique aux objectifs précités.

➤ *Justification des sous-zones 2a, 2b, 2c, 2d*

La zone de publicité n°2 comporte plusieurs sous-zones :

- La zone **ZP2a** couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle **en secteur d'intérêt paysager**. Elle compte un secteur de zone ZP2a1.

Le Grand Site Concors-Sainte-Victoire

Emblème majeur du territoire, la montagne Sainte-Victoire en a acquis une valeur sociale et culturelle majeure en laquelle les habitants projettent une part importante de leur appartenance territoriale. Sa haute silhouette, perceptible depuis presque toutes les communes du Pays d'Aix, en fait un élément paysager fort de repérage pour tout un chacun et d'identification à un territoire commun.

Le Label Grand site de France, attribué par l'Etat, est la reconnaissance d'une gestion conforme aux principes du développement durable, conciliant préservation du paysage et de "l'esprit des lieux", qualité de l'accueil du public, participation des habitants et des partenaires à la vie du Grand Site.

Ce label concerne 15 communes du territoire : Aix-en-Provence, Beaurecueil, Châteauneuf-le-Rouge, Jouques, le Tholonet, Meyrargues, Meyreuil, Peyrolles-en-Provence, Puyloubier, Rousset, Saint-antonin sur Bayon, Saint-Marc-Jaumegarde, Saint-Paul-les-Durance, Vauvenargues, Venelles.

La labellisation Grand Site de France ne renvoie à aucun cadre réglementaire national plus restrictif que ce qui est applicable dans les autres agglomérations du Pays d'Aix. L'affichage publicitaire y est donc autorisé jusqu'à 4,7 m² ou 10,5 m² en dehors des site classé et inscrit de la Sainte-Victoire, de SPR et abords de monuments historiques.

Aujourd'hui, les agglomérations situées au cœur du Grand site, à l'écart des grands axes de circulation, sont relativement bien préservées de l'affichage (Le Tholonet-centre, Vauvenargues, Saint-Marc-Jaumegarde, Jouques). D'autres sont en revanche un peu plus concernés (Puyloubier, Peyrolles-en-Provence, Meyrargues, Aix-en-Provence).

Le Parc Naturel Régional du Luberon

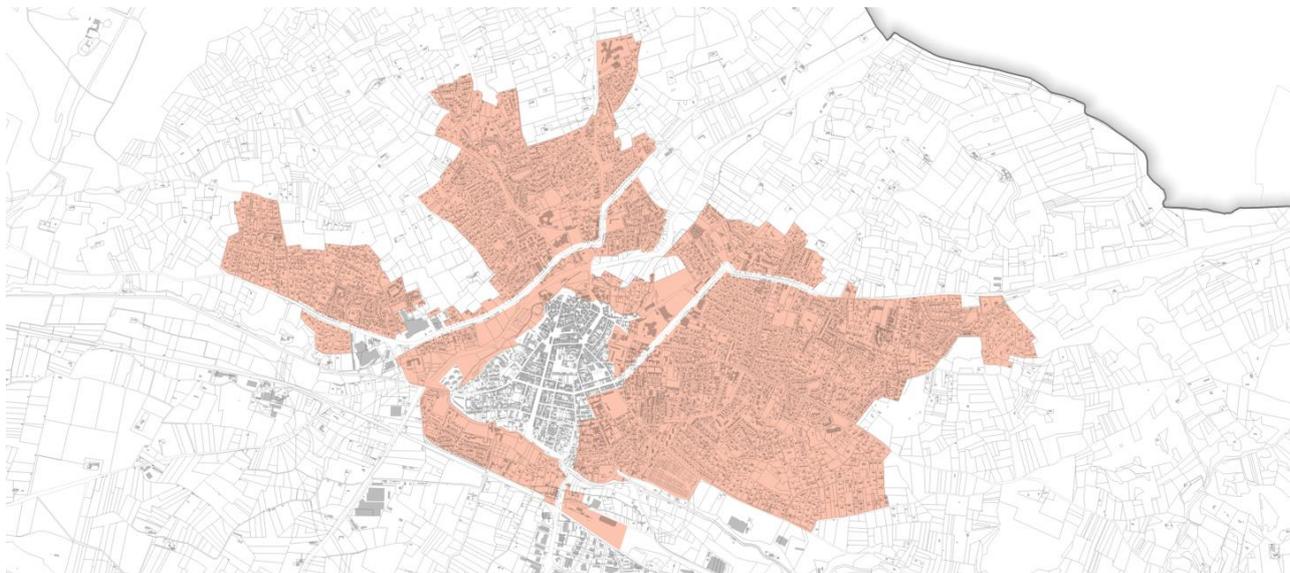
La commune de Pertuis est l'unique commune du Pays d'Aix adhérente au Parc Naturel Régional du Luberon. Elle est aussi la seule commune (hors unité urbaine d'Aix-Marseille) à se composer d'une agglomération de plus de 10 000 habitants. La Charte Signalétique du PNR, préconise des règles en matière d'affichage extérieur. Le projet de RLPi s'est appuyé sur les préconisations du Parc afin d'établir des règles compatibles avec celle-ci.

Le littoral de l'étang de Berre et des quartiers d'intérêt paysager

Certains quartiers à dominante résidentielle, non concernés pas des périmètres règlementaires tels que cités ci-dessus, présentent des sensibilités paysagères accrues compte tenu de leur proximité avec les grands espaces naturels caractéristiques du Pays d'Aix. C'est le cas notamment des quartiers de St-Bourdon, les Vignettes, l'Agneau à Vitrolles, situés sur le littoral de l'étang de Berre. Cette proximité aux rives de l'étang et aux zones naturelles comme les Salins du Lion (réserve ornithologique), impose une vigilance particulière pour ces espaces. De la même façon, des quartiers résidentiels comme à Bouc-Bel-Air ou Venelles par exemple s'inscrivent dans des corridors naturels majeurs, à l'interface avec les grands espaces de reliefs boisés du Concors Sainte-Victoire ou de la chaîne de l'étoile, ou encore de la chaîne de la Trevasse. L'ambition dans ces secteurs est d'améliorer globalement l'intégration paysagère des activités économiques au sein d'espaces résidentiels d'intérêt paysager en y encadrant plus strictement les enseignes ou la publicité notamment.

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP2a :

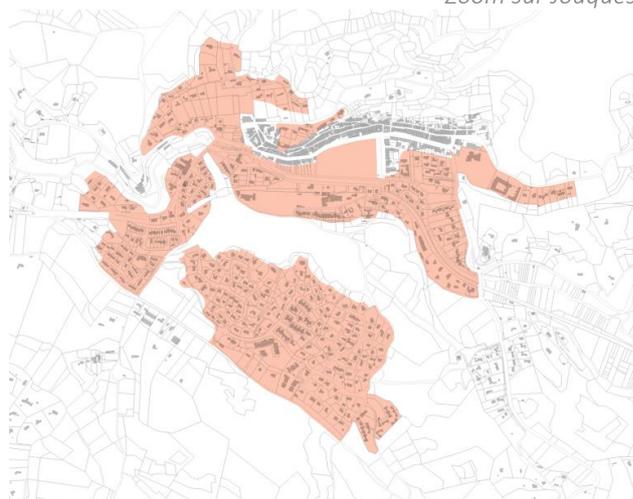
Zoom sur Pertuis



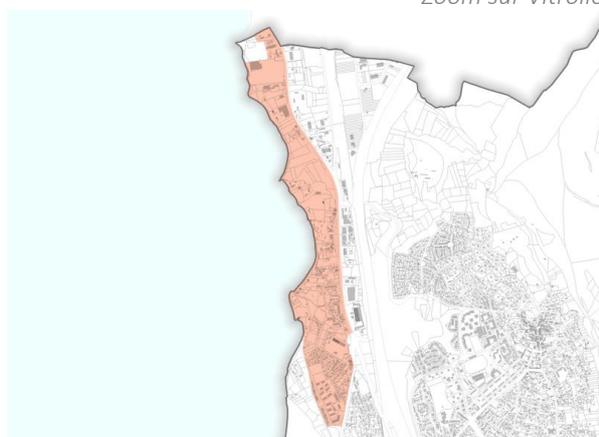
Zoom sur Meyrargues



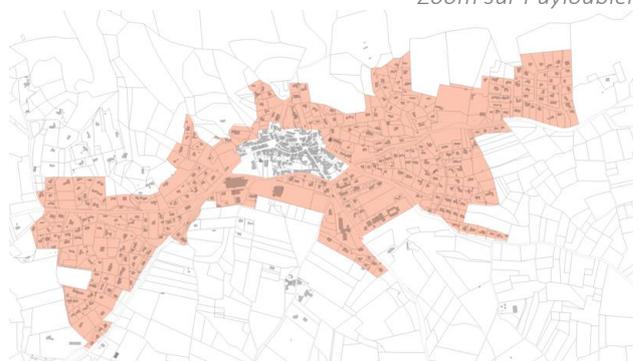
Zoom sur Jouques



Zoom sur Vitrolles



Zoom sur Puylobier



Cartes de situation non réglementaires

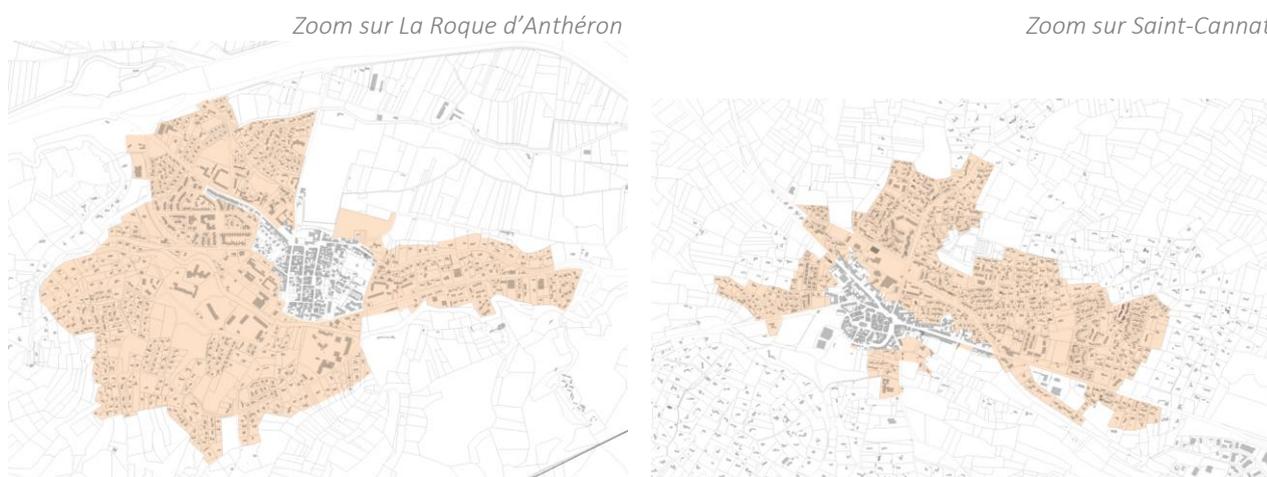
Les trois autres zones **ZP2b**, **ZP2c** et **ZP2d** sont dédiées au reste des tissus urbains mixtes à dominante résidentielle.

En cohérence avec l'orientation 1 du RLPi visant notamment à valoriser les paysages urbains et la qualité du cadre de vie quotidien, l'objectif est d'appliquer un encadrement de l'affichage publicitaire plus limitatif et qualitatif dans les espaces résidentiels ordinaires en fonction des profils de commune. Ces zones concernent des tissus et paysages urbains dans lesquels résident et travaillent la majorité des habitants du Pays d'Aix. Ces zones correspondent à des quartiers à dominante résidentielle, à la fois proches des centres anciens et des espaces naturels et agricoles. Cela nécessite des règles adaptées pour valoriser la qualité de vie dans ces tissus urbains mixtes à dominante résidentielle qui participent à l'attractivité résidentielle du Pays d'Aix et constitue le cadre de vie quotidien d'un grand nombre de ses habitants.

Trois zones ont été définies selon un gradient entre noyaux villageois, centralités et pôles urbains, permettant d'adapter les supports et le format des publicités et préenseignes aux différents profils de ces communes.

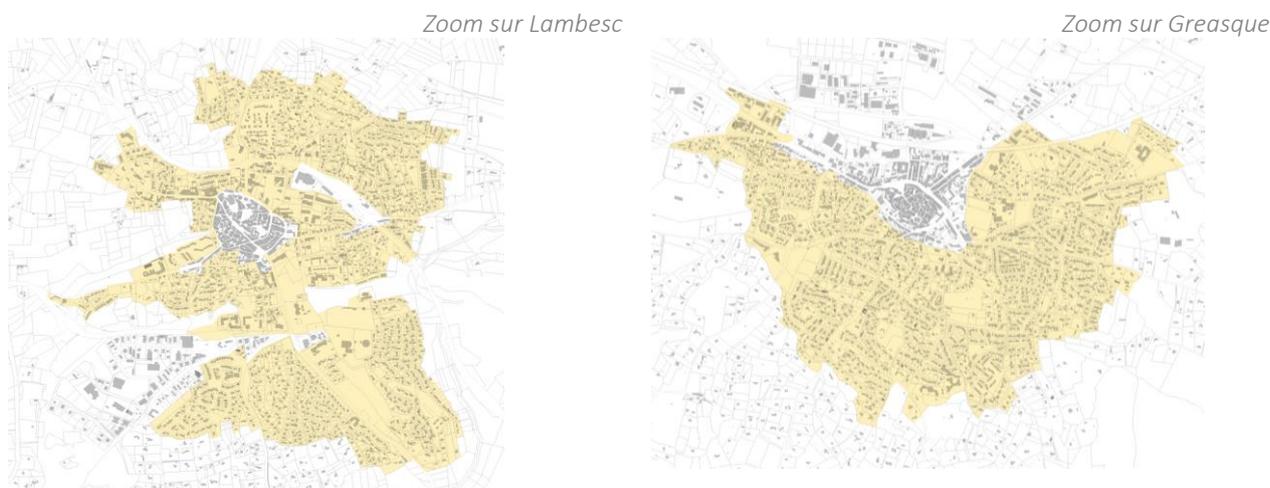
- La zone **ZP2b** couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle **des centralités villageoises et pôles de proximité** notamment dans les communes de La Roque d'Anthéron, Rognes, Saint-Estève-Janson, Le Puy-Sainte-Réparate, Saint-Cannat, Eguilles, Coudoux, etc...

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP2b :



- La zone **ZP2c** couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des **centralités urbaines suivantes** : Lambesc, Les Pennes Mirabeau, Trets.

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP2c :

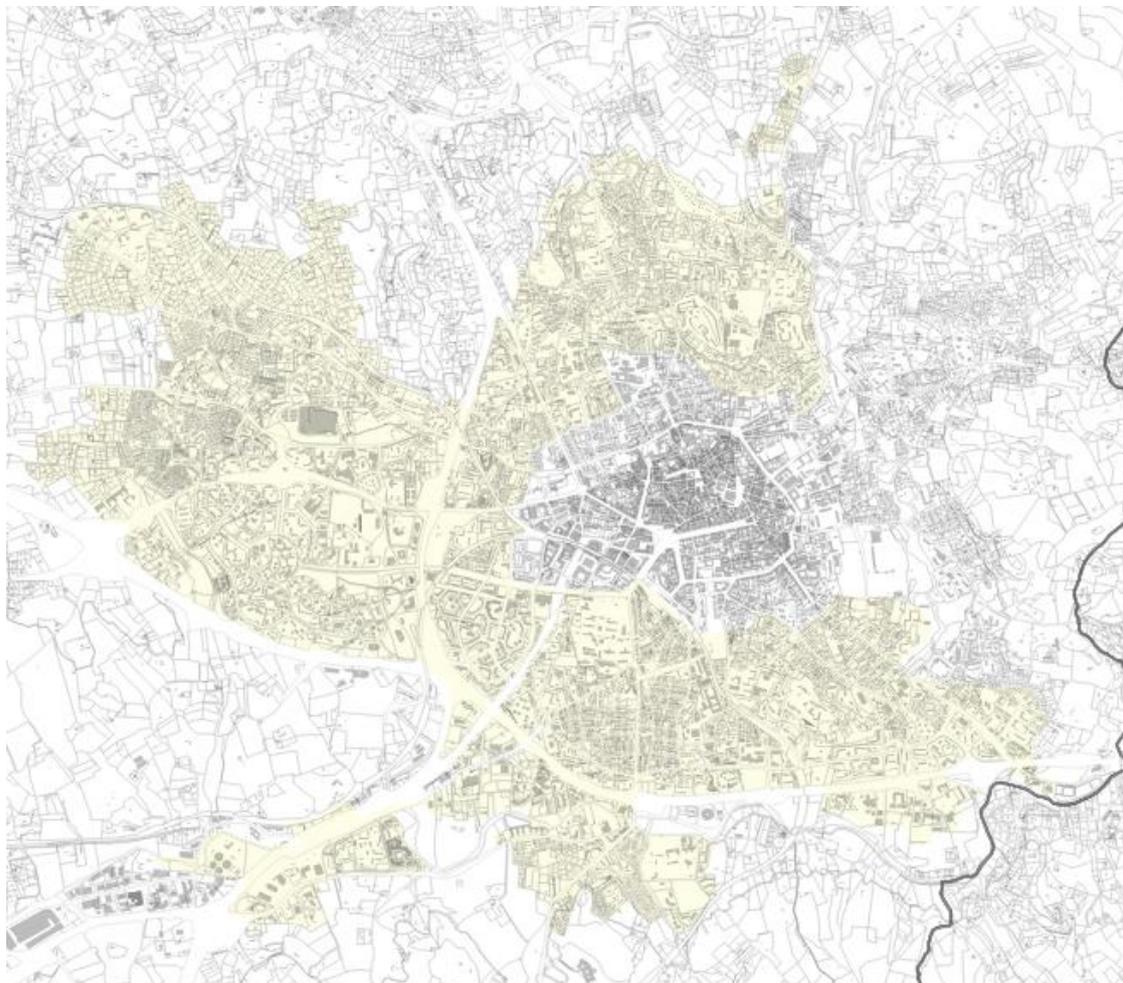


Cartes de situation non réglementaires

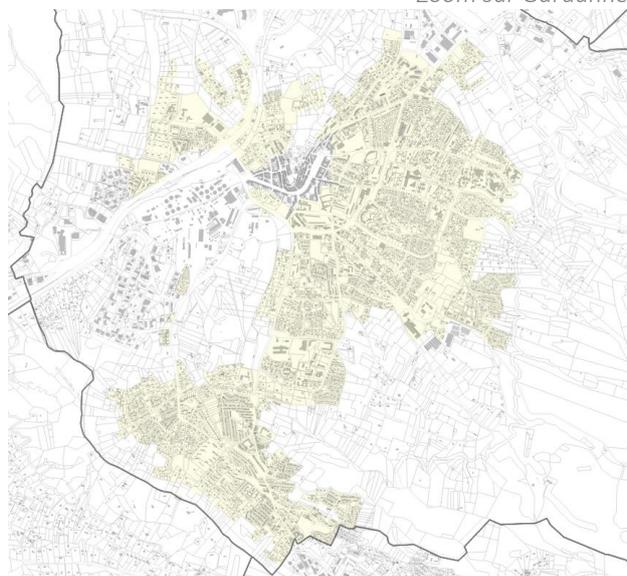
- La zone **ZP2d** couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle **des pôles urbains**, à savoir Aix-en-Provence, Gardanne et Vitrolles.

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP2d :

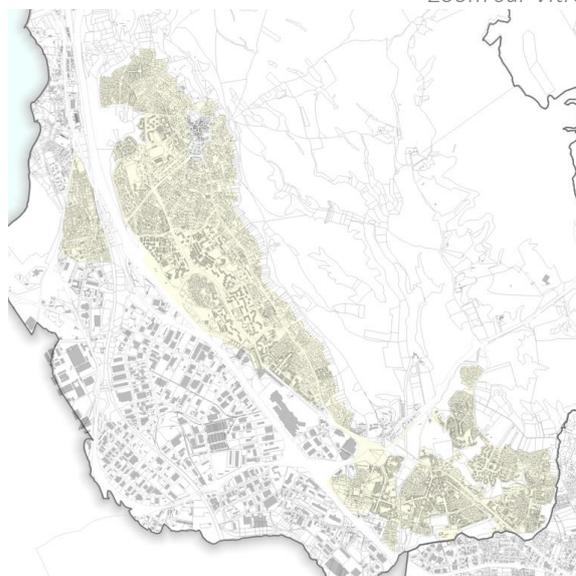
Zoom sur Aix-en-Provence



Zoom sur Gardanne



Zoom sur Vitrolles



Cartes de situation non réglementaires

C.1.3 | La zone de publicité n°3

➤ *Justification générale*

La zone ZP3 correspond à certaines entrées de ville, entrées de territoire ou traversées urbaines majeures du Pays d'Aix. Elle concerne plus particulièrement l'aéroport, la gare TGV et certains axes urbains en zones résidentielles, à forte présence d'activités, souvent commerciales mais également marquées souvent par une forte densité de panneaux publicitaires. Sont notamment concernés les abords de la N2516 prolongée par l'avenue Henry Muret et l'avenue du Club Hippique à Aix-en-Provence, le boulevard Jean Guignes, l'avenue Jean Moulin, l'avenue de Verdun et la route de la Bastidonne à Pertuis...

Dans ces espaces, supports de flux quotidiens importants, il s'agit d'encadrer l'affichage extérieur par l'instauration de règles de densité et de format adaptés aux spécificités des secteurs et préservant l'image des villes et villages et du territoire métropolitain en général.

L'objectif principal de cette zone est de répondre aux orientations n°2 et n°4 du RLPi, consistant à valoriser à la fois l'image du Pays d'Aix par la qualité de ses entrées de ville et de territoire tout en intégrant la visibilité des activités économiques et culturelles du territoire.

La zone de publicité n°3 comporte 3 sous-zones.

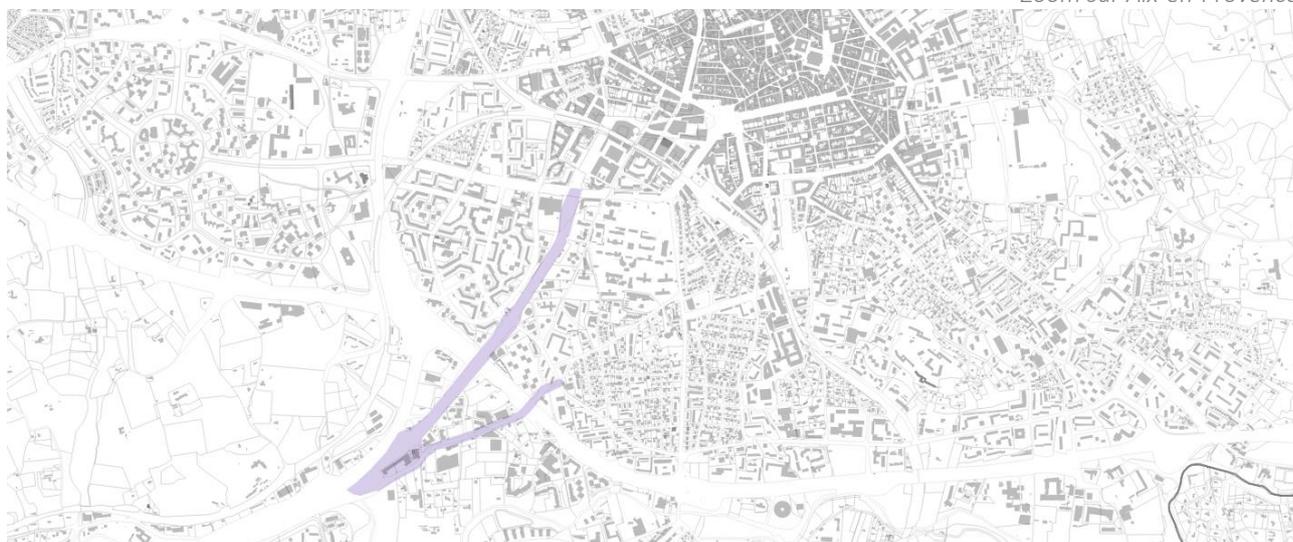
➤ *Justification des sous-zones 3a, 3b, 3c*

- La zone **ZP3a** couvre l'ensemble du domaine public et des unités foncières situées dans une bande de 20 mètres de part et d'autre de la chaussée de certains grands axes routiers du territoire sur lesquels des dispositions spécifiques, différentes des quartiers alentours, ont été définies.

La définition d'un zonage spécifique ZP3a vise à la fois :

- à définir des règles adaptées sur des espaces restreints aux abords de certains axes routiers pour limiter l'emprise visuelle des dispositifs,
- à prendre en compte le rôle de ces axes dans l'affichage publicitaire, principaux lieux d'expression, qui nécessite ainsi un traitement plus souple qu'au cœur même des quartiers résidentiels et mixtes qu'ils traversent (classés ZP2).

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP3a :



Cartes de situation non réglementaires



- La zone **ZP3b** couvre l'entrée de l'aéroport Marseille Provence, située sur la commune de Vitrolles.

Le Code de l'Environnement définit des règles spécifiques applicables aux aéroports recevant plus de 3 millions de passagers par an, cas de l'aéroport Marseille Provence. Si le code de l'environnement permet aux dispositifs (y compris lumineux) scellés au sol et implantés sur l'emprise de l'aéroport de s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol, et d'avoir une surface d'une limite maximale de 50 mètres carrés, le RLPi souhaite limiter les formats d'affichage sur cette entrée du territoire.

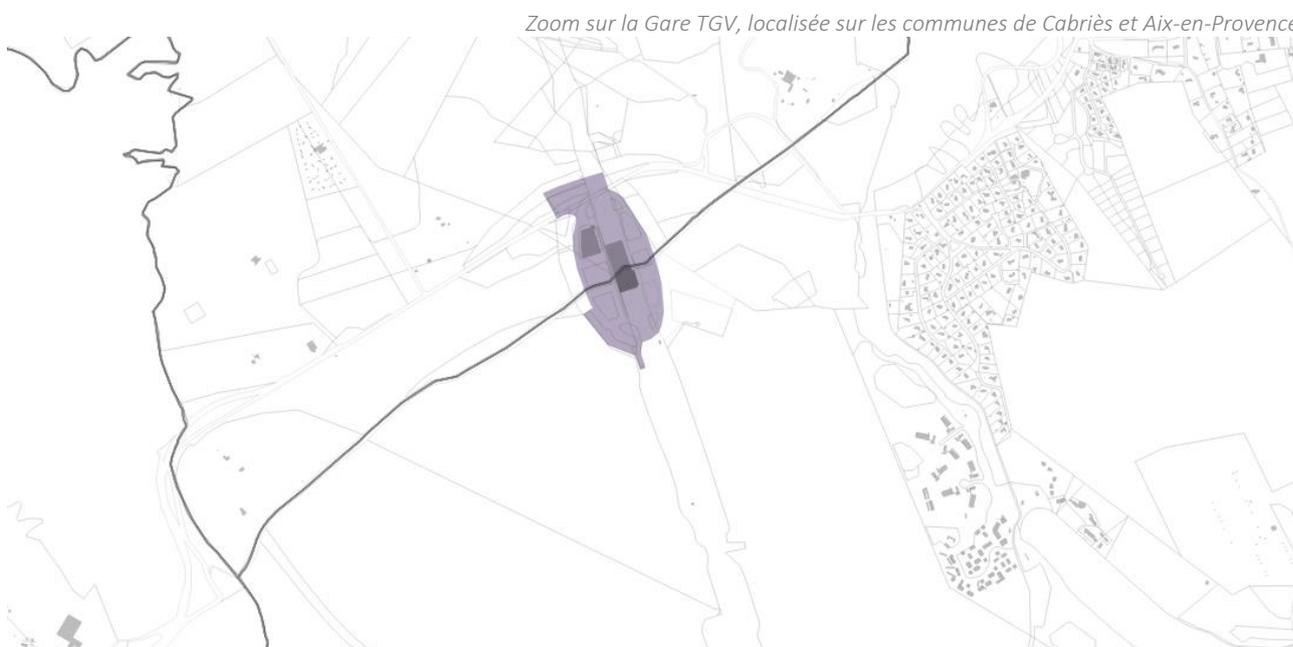
La présence d'une unique unité foncière permet également d'imposer des règles spécifiques en matière de densité basées sur une interdistance.

Ces caractéristiques justifient donc la définition d'une zone de publicité spécifique à l'aéroport.



- La zone **ZP3c** couvre la gare d'Aix-en-Provence TGV, située sur la commune d'Aix-en-Provence. Localisée hors agglomération, elle bénéficie dans le code de l'environnement d'une dérogation à l'article L.581-7, autorisant l'affichage publicitaire dans son emprise.

Identifiée comme une entrée de territoire, la gare TGV d'Aix-en-Provence fait l'objet d'un zonage spécifique dans le RLPi pour lequel sont rappelées les règles du code de l'environnement applicables aux gares ferroviaires localisées hors agglomérations.



Cartes de situation non réglementaires

C.1.4 | La zone de publicité n°4

➤ *Justification générale*

Les zones d'activités souffrent généralement d'une image dégradée, d'un point de vue urbanistique ou paysager. L'impact visuel combiné des nombreuses enseignes, des dispositifs publicitaires, parfois sauvages ont tendance à nuire aux activités économiques présentes et à altérer la lecture même des messages publicitaires.

Ainsi, pour améliorer globalement l'image des zones d'activités, le RLPi propose une zone de publicité dédiée à ces secteurs au regard de leur vocation économique et des besoins spécifiques identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes. En cohérence avec l'orientation 4 du RLPi, l'objectif en ZP4 est de prendre en compte les besoins de visibilité des activités économiques notamment et de trouver le bon équilibre entre leur dynamique de développement et la qualité du cadre de vie.

Les zones d'activités économiques et commerciales du Pays d'Aix ne présentent pas les mêmes caractéristiques que ce soit en matière de vocation (industrielle, artisanale, commerciale), de situation (Porte d'entrée du PNR du Luberon, Grand Site Concors, proximité au sein d'espaces résidentiels...), de dimensionnement et de rayonnement (proximité aux infrastructures de déplacement, taille d'entreprises, etc...), de qualité paysagère etc...

Le RLPi fixe donc un cadre réglementaire adapté à ces spécificités, en retenant 3 sous-zonages. Dans ces sous-zones tous les types de dispositifs publicitaires sont autorisés : apposés sur un mur, scellés au sol ou installés au sol, supportés par du mobilier urbain. Cependant, l'emprise de ces dispositifs varie légèrement d'une sous zone à l'autre afin de prendre en compte les spécificités de chacune.

➤ Justification des sous-zones 4a, 4b, 4c

Au regard des différents critères, 3 zones sont instaurées, à partir desquelles un gradient a été défini dans le traitement de l’affichage publicitaire :

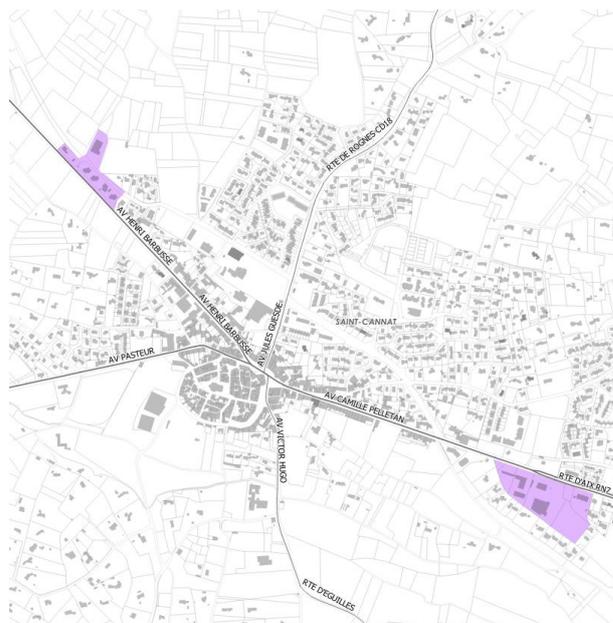
- La zone **ZP4a** couvre les pôles d’activités de proximité, implantées notamment sur les communes de Bouc-Bel-Air, Fuveau, Trets, Ventabren, Saint-Cannat, Meyrargues, Le Tholonet,...

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP4a :

Zoom sur Meyrargues



Zoom sur Saint-Cannat



Zoom sur Le Tholonet



Zoom sur Fuveau



Cartes de situation non réglementaires

C.1.5 | La zone de publicité n°5

➤ Justification générale

Cette zone a été déterminée par soustraction des limites d'agglomération. Il s'agit ici des secteurs hors agglomérations.

La publicité et les préenseignes autres que dérogatoires sont interdites en application des articles L.581-4 et L.581-7 du code de l'environnement.

La création d'une zone de publicité spécifique « hors agglomération » a pour but d'encadrer les catégories d'enseignes autorisées, et leurs dimensions dans un objectif de préservation des paysages en cohérence avec les orientations 1 et 3 du RLPi.

➤ Justification des sous-zones 5a, 5b, 5c

Au regard de la présence de zones d'activités économiques et de hameaux implantés hors agglomérations, plusieurs zones sont instaurées, à partir desquelles un gradient a été défini dans le traitement des enseignes.

- La zone ZP5a couvre les espaces à dominante naturelle, agricole « hors agglomération ».
- La zone ZP5b couvre les espaces à dominante économique (Z.A) « hors agglomération » implantés notamment sur les communes des Pennes Mirabeau, Bouc Bel Air, Aix-en-Provence, Meyreuil, Ventabren, Peyrolles-en-Provence...
- La zone ZP5c couvre des hameaux situés en dehors des agglomérations.

Ci-dessous quelques illustrations correspondant au secteur ZP5b :

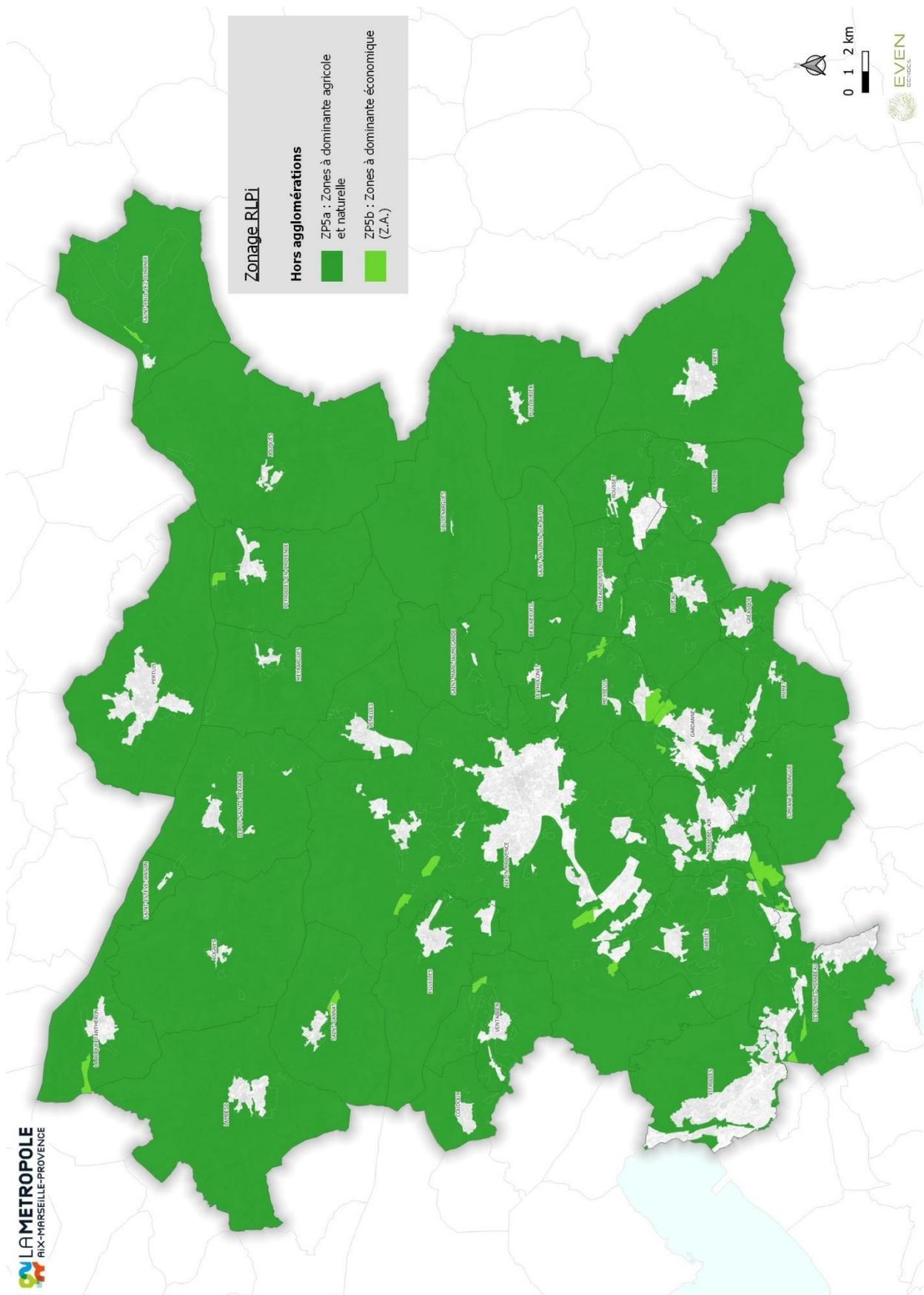
Zoom sur Peyrolles-en-Provence



Zoom sur La Roque d'Anthéron



Cartes de situation non réglementaires



Cartes de situation non règlementaires

C.2 | Justification des choix règlementaires relatifs aux publicités et préenseignes

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

Principe général de conception du règlement

Il est précisé que le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global :

- *équilibre entre valorisation des paysages et liberté d'expression, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ».*
- *équilibre dans les supports autorisés, en évitant par exemple une interdiction totale de certains supports (sol, mur, mobilier urbain). En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour réduire de façon significative la densité et encadrer les formats maximums autorisés.*

C.2.1 | Prescriptions communes à l'ensemble des zones

C.2.1.1 | Dispositions applicables aux préenseignes (P0.1)

Il est rappelé dans cet article que conformément à l'article L.581-19 du code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

C.2.1.2 | Interdiction de publicité (P0.2)

Plusieurs dispositifs sont interdits dans l'ensemble des zones de publicité au regard du fort impact paysager qu'ils peuvent engendrer :

> **la publicité sur clôture.** Il s'agit ici de limiter de façon globale les possibilités d'affichage mural, le territoire comptant de nombreux murs de clôture le long des rues et grands axes routiers. Cette disposition permet donc d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments, moins nombreux.

Exemple impact sur l'existant : suppression de ce type de publicité murale :



> **la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu.** Ce type de publicité, très peu présente sur le Pays d'Aix, engendre lorsqu'elle est présente un impact non négligeable sur le paysage de par leur perception lointaine. Le RLPi interdit donc par anticipation le développement éventuel de ce type de dispositif, permettant ainsi de préserver la qualité des paysages perçus depuis les autoroutes et abords des grands axes routiers.

> **La publicité sur garde-corps de balcon ou balconnet**, dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade.

Il est également rappelé dans cet article certaines interdictions d'affichages publicitaires mentionnées par le code de l'environnement, notamment :

> **sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques** (article L.581-4 du code de l'environnement)

> **sur les monuments naturels et dans les sites classés** (article L.581-4 du code de l'environnement)

> **sur les arbres** (article L.581-4 du code de l'environnement)

> **sur les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes** (article R.581-48 du code de l'environnement)

C.2.1.3 | Dérogation à certaines interdictions de publicité (P0.3)

Afin de répondre aux objectifs de préservation et de valorisation du patrimoine architectural et bâti, d'assurer la lisibilité des paysages urbains et la qualité des façades, tout en permettant le maintien du dynamisme et la visibilité des activités économiques et culturelles locales, le RLPi permet ponctuellement de l'affichage publicitaire. Compte tenu de la fréquentation de ces lieux, correspondant souvent à des cœurs de ville ou villages, le mobilier urbain qui de façon accessoire peut supporter de la publicité est une réponse adaptée et équilibrée aux enjeux de préservation des secteurs patrimoniaux, d'information et de services auprès des usagers et de la population en générale, et de visibilité des activités économiques présentes dans ces secteurs. Ces mobiliers urbains apportent un service d'intérêt général aux usagers de la voie publique. Évolution technologique aidant, ils peuvent être numérique. Par ailleurs, l'installation de chaque mobilier est soumise à l'accord de la collectivité et soumis dans certains cas à l'avis ABF, préservant ainsi le domaine public d'implantations inadaptées par leur nombre ou leur position.

En effet, l'article L.581-8 du code de l'environnement interdit toute forme de publicité dans un certain nombre de lieux de grande valeur patrimoniale :

I. Dans les secteurs de protection patrimoniale :

1° Dans les Sites Patrimoniaux Remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du code du patrimoine et dans les Sites Inscrits :

2° Dans les zones de protection au titre des abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine :

- Les « périmètres délimités des abords » : La création de ces périmètres (PDA) résulte d'un travail d'ajustement au regard des enjeux de protection des Monuments Historiques et de ses abords, elle concerne donc les immeubles et ensemble d'immeubles qui forment avec le ou les Monuments Historiques un ensemble cohérent ou qui sont susceptible de contribuer à sa conservation ou à sa mise en valeur.
- Les rayons de protection autour de Monuments Historiques (MH).

L'article L.581-8 du code de l'environnement laisse toutefois au règlement local de publicité intercommunal la possibilité de déroger à cette interdiction.

Compte tenu de la surface et de la situation stratégique que représente ces secteurs, associé à leur contexte économique, ces lieux constituent des espaces d'échange qui participent à la fois à l'identité du territoire et à la qualité du cadre de vie. La publicité doit y être présente de façon très encadrée dans un objectif notamment de valorisation des activités de proximité. Conformément au code de l'Environnement, la publicité numérique est autorisée uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

➤ Ainsi, dans les Sites Patrimoniaux Remarquables, le RLPi permet l’affichage publicitaire uniquement sur les kiosques à journaux, sur les mâts ou les colonnes porte-affiches dans les conditions applicables au code de l’environnement. Ces dernières ne pouvant supporter que l’annonce de spectacles ou de manifestations culturelles et des manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives. Dans les Sites Inscrits, la publicité est également admise sur le mobilier urbain à condition que sa surface n’excède pas 2m².

➤ Dans les périmètres délimités des abords (PDA), le RLPi conserve ou introduit certaines dérogations à l’article L581-8 du code de l’environnement, en autorisant uniquement la publicité sur mobilier urbain à condition que sa surface n’excède pas 2m², conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du code de l’environnement, car de façon accessoire la publicité peut prendre place sur du mobilier urbain. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux des supports d’intérêt général, nécessaires à la protection des usagers (abris-bus) ou à la diffusion d’informations municipales ou métropolitaines (« muppi » ou « sucettes »). Lorsqu’ils se substituent au rayon de protection des monuments historiques monumentaux (voir ci-après), la règle d’interdiction des 100 mètres et des axes de perception est maintenue.

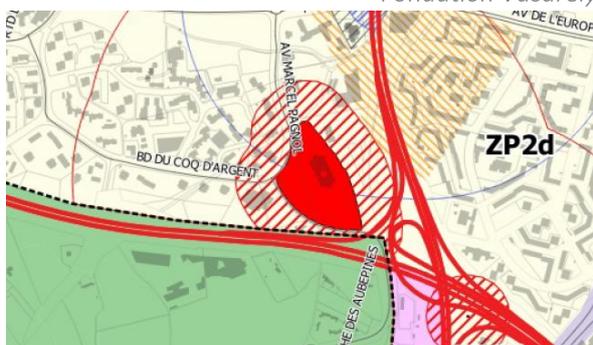
➤ Dans les rayons de protection autour des autres monuments historiques (non PDA)

En l’absence de périmètre délimité des abords, présenté ci-avant, et par application de la réglementation nationale les abords des monuments historiques sont concernés par une interdiction d’affichage publicitaire dans un rayon de 500m en cas de co-visibilité (publicité pouvant être visibles du monument historique ou visible en même temps que lui). Cette interdiction s’applique à l’ensemble des monuments historiques et ce sans distinction. Dans le cadre de l’élaboration du RLPi et en vue d’adapter la réglementation aux caractéristiques locales, une analyse fine des monuments historiques présents sur le territoire a été menée. Celle-ci a permis d’identifier deux catégories de monuments historiques et ainsi de distinguer les protections liées à ces rayons.

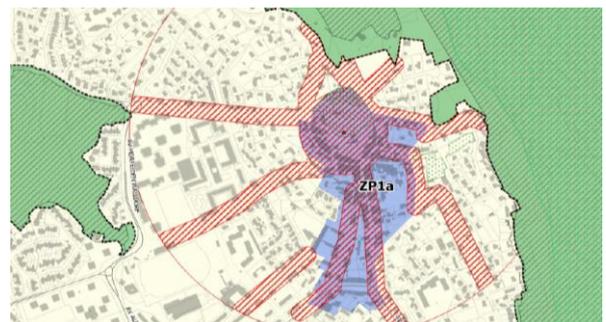
Les Monuments Historiques dits « monumentaux » : Au nombre de 34, les monuments identifiés comme tels dans le règlement ont notamment une grande portée visuelle et sont des éléments marquants du paysage urbain et culturel du Pays d’Aix. Il s’agit notamment de la Cathédrale Saint-Sauveur, l’Eglise Saint-Jean-de-Malte, le Palais de justice à Aix-en-Provence, l’Eglise Notre-Dame de-La-Roque à Jouques, l’église Notre-Dame de L’assomption à Lambesc, l’Eglise Saint-Julien, le château à Eguilles, l’Eglise Saint-Nicolas à Pertuis, etc...**Le RLPi conserve ou introduit certaines dérogations à l’article L581-8 du code de l’environnement, en autorisant :**

- dans un rayon de 100m et dans les axes de perception identifiés en périphérie de ces derniers, seule la publicité supportée par du mobilier urbain est autorisée à condition qu’elle soit non numérique et qu’en cas de co-visibilité avec le monument historique concerné, le format autorisé soit de 2m² maximum.

Exemple: Rayon de 100 m identifié autour de la Fondation Vasarely



Exemple : Axes de perceptions identifiés en périphérie de La Tour Sarrasine à Vitrolles.



Cartes de situation non réglementaires

Les fiches illustratives ci-dessous présentent les percées visuelles identifiées vers les Monuments Historiques en question, qui ont servies à retranscrire les prescriptions graphiques.

Exemple de vue dans un rayon de 100 m autour des Monuments Historiques de type « monumentaux »



Aix-en-Provence : la fondation Vasarely depuis le bas de l'avenue Marcel Pagnol



Exemple de vue dans un rayon de 500 mètres sur des Monuments Historiques de type « monumentaux » depuis un axe principal de perception



Vitrolles : la tour Sarrasine vue depuis la rue de la Reine Jeanne



- En dehors du rayon de 100m et en dehors des axes de perceptions identifiés autour des Monuments Historiques « monumentaux » et jusque dans un rayon de 500m, la publicité est admise dans les conditions applicables à la zone de publicité et en cas de co-visibilité uniquement sur mobilier urbain de 2m².

Les « autres » Monuments Historiques du territoire, sont ceux dont la portée visuelle est plus limitée. Il s'agit notamment, de bastides, d'hôtels particuliers, de chapelles, d'oratoires, de fontaines, de portes, etc... Afin de maintenir un équilibre entre la protection du patrimoine local et les possibilités d'affichages, le RLPi conserve ou introduit certaines dérogations à l'article L581-8 du code de l'environnement, en autorisant :

- dans un rayon de 100m identifié autour du Monument Historique, seule la publicité supportée par du mobilier urbain est autorisée. Toutefois en cas de co-visibilité, leur format est limité à 2m².
- En dehors du rayon de 100m et jusque dans un rayon de 500m, la publicité est admise dans les conditions applicables à la zone de publicité.

Synthèse des dispositions règlementaires envisagées dans les zones de protection au titre des abords des monuments historiques (L621-30 code du patrimoine)

	MH « monumentaux »		Autres MH	
	100m+axes	100m à 500m	100m	100m à 500 m
	Interdite	Autorisée selon règles de la zone sauf cas de <u>covisibilité</u>	Interdite	Autorisée selon règles de la zone
	Interdite	Autorisée selon règles de la zone sauf cas de <u>covisibilité</u>	Interdite	Autorisée selon règles de la zone
	Autorisée Selon règles de la zone, si <u>covisibilité</u> format max 2m ² Numérique interdite	Autorisée selon règles de la zone si <u>covisibilité</u> format max 2m ²	Autorisée selon règles de la zone si <u>covisibilité</u> format max 2m ²	Autorisée selon règles de la zone

Schéma de synthèse non exhaustif – se référer au règlement

Ces dérogations des rayons de protection autour des Monuments Historiques, dans la limite des dispositifs autorisés et règles imposées dans chacune des zones, est justifiée par l'emprise relativement large que représente un rayon de 500 mètres autour de chaque monument.

Compte tenu de la surface très importante et de la situation stratégique que représentent ces derniers sur le territoire, il a été souhaité la mise en place d'un ajustement des rayons autour des différents Monuments Historiques. Ainsi, dans un objectif de préservation des abords immédiats participants à la qualité patrimoniale du monument, une distinction d'un rayon de proximité de 100 mètres a été retenue. Il est conservé une interdiction de publicité murale et au sol au plus proche des monuments, soit dans un rayon de 100 mètres autour des différents monuments historiques du territoire, et cela dans un souci de lisibilité et de protection de la qualité de ses abords immédiats.

Au-delà le maintien d'une interdiction de publicité murale et scellée au sol impacterait de façon significative les possibilités d'affichage, le territoire comptant plus de deux-cents monuments historiques.

II. Dans le Parc Naturel Régional du Luberon

La dérogation porte sur l'ensemble des dispositifs publicitaires. Toutefois, les formats de publicités scellées au sol, murales et apposées sur du mobilier urbain sont réglementées au travers du zonage et en comptabilité avec la charte du Parc.

III. Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones spéciales de protection mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement.

La dérogation porte sur l'ensemble des dispositifs publicitaires. Toutefois, les formats de publicités scellées au sol, murales et apposées sur du mobilier urbain sont réglementées au travers du zonage.

C.2.1.4 | Dimensions (P0.4)

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

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

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

Il est également rappelé dans cet article certaines règles de positionnement définies par le code de l'environnement, notamment pour les publicités scellées au sol, murales (non lumineuses et lumineuses).

C.2.1.5 | Habillage et accessoires annexes à la publicité (P0.5)

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLP précise un certain nombre de critères d'esthétique à respecter.

C.2.1.6 | Publicité supportée par du mobilier urbain (P0.6)

Afin d'améliorer la compréhension des règles applicables, et conformément aux dispositions du code de l'environnement, cet article précise que « Dans les dispositions particulières applicables à chacune des zones, la publicité supportée par le mobilier urbain est soumise uniquement aux dispositions visant expressément la publicité sur mobilier urbain. ». Y sont ajoutés les articles des dispositions générales qui sont également applicables à la publicité sur mobilier urbain.

Le RLPi rappelle également les formats autorisés par le code de l'environnement pour chaque catégorie de mobilier urbain.

C.2.1.7 | Dispositifs de petit format (P0.7)

Les dispositifs de petit format sont autorisés dans l'ensemble des zones de publicité : ces dispositifs intégrés aux devantures commerciales font partie intégrante des vitrines. Un grand nombre de ces supports est destiné à faire la promotion de spectacles.

Hors périmètre patrimonial, il a été considéré que les dispositions nationales sont d'ores et déjà relativement restrictives, elles sont donc maintenues telles qu'elles : « Les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés. Les dispositions des articles R. 581-22 à R. 581-24, de l'article R. 581-27, des articles R. 581-29 à R. 581-30, de l'article R. 581-33, des articles R. 581-34 à R. 581-37 et de l'article R. 581-41 sont applicables aux dispositifs de petits formats » (article R581-57 CE).

Dans les lieux où ils dérogent à l'interdiction de publicité (SPR, PNR, abords des monuments historiques), une adaptation des formats est réalisée afin de répondre aux enjeux de préservation du patrimoine : la surface cumulée est limitée à 1 m² (au lieu des 2 m² du code de l'Environnement) et leur implantation est limitée à la baie uniquement. Un compromis est trouvé entre interdiction stricte et marge de manœuvre laissée aux commerçants.

C.2.1.8 | Dispositifs de dimension exceptionnelle (P0.8)

Le règlement soumet les dispositifs de dimension exceptionnelle aux dispositions du code de l'environnement. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, ils dérogent à l'interdiction de publicité dans les lieux mentionnés aux 1°, 2°, 3°, 4° et 8° du I. de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

Ces dispositifs étant réservés à des manifestations temporaires et soumis à autorisation du maire et à l'accord de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites, il apparaît pertinent de les conserver. Ces dispositifs permettent en effet d'assurer la promotion de manifestations d'envergure (jeux olympiques, expositions, festivités, ...).

Le fait qu'ils soient soumis à autorisation du maire et à l'accord de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites permet de laisser une marge de manœuvre sur les formats, d'étudier chaque demande au cas par cas.

C.2.1.9 | Bâches comportant de la publicité (P0.9)

Le règlement rappelle la réglementation nationale et l'article R.581-53 du code de l'environnement, précisant que les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Il précise également que dans les périmètres de protection, les bâches dérogent à l'interdiction de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

C.2.1.10 | Affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (P0.10)

L'article R.581-2 du code de l'environnement impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R581-3 du CE), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des zones qui concernent exclusivement les agglomérations.

Dans ces zones, pour les raisons évoquées ci-dessus et au point C.2.1.2., une dérogation est envisagée dans les lieux mentionnés aux 1°, 2°, 3°, 4° et 8° du I. de l'article L.581-8 du code de l'environnement, à savoir :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- **Dans les sites inscrits ;**
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 ;

C.2.1.11 | Publicité lumineuse (P0.11)

Pour rappel, le code de l'environnement encadre déjà les possibilités d'affichage de publicité lumineuse.

L'article R581-34 prévoit que « la publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ». Ainsi sur le territoire du Pays d'Aix **15 communes sont concernées** par cette interdiction : Coudoux, Jouques, La Roque d'Anthéron, Lambesc, Le Puy-Sainte-Reparate, Meyrargues, Peyrolles-en-Provence, Puyloubier, Rognes, Saint-Antonin-sur-Bayon, Saint-Cannat, Saint-Estève-Janson, Saint-Paul-Lez-Durance, Vauvenargues.

Pour les **21 autres communes** du Pays d'Aix (qui appartiennent à l'Unité Urbaine d'Aix-Marseille ou de Pertuis), l'article R581-35, indique que « *Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes* ».

Pour répondre aux objectifs de réduction des consommations d'énergie (Orientation 1), le RLPi impose une plage d'extinction nocturne aux publicités lumineuses (dont numériques). Ainsi, la publicité lumineuse doit être éteinte entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celle supportée par mobilier urbain affecté aux services de transport qui devra être éteinte entre 1 heure et 6 heures. La définition des horaires d'extinction permet de limiter et réduire les nuisances et le coût des dispositifs lumineux, notamment les troubles excessifs aux personnes, à la faune ou aux écosystèmes (pollution lumineuse), et d'éviter le gaspillage énergétique.

C.2.1.12 | Dépose (P0.12)

Conformément à la loi, il est ici simplement rappelé que « Les publicités et préenseignes déposées impliquent l'enlèvement de tous les supports ou appareillages correspondants, faute de quoi elles sont considérées comme existantes. Après la dépose des dispositifs, aucune trace des anciens montages ne doit être visible sur le mur support ou le sol support. »

C.2.1.13 | Préenseignes dérogatoires (P0.13)

Conformément au code de l'environnement, le règlement rappelle les dispositions relatives aux préenseignes dérogatoires qui sont autorisées uniquement hors agglomérations.

C.2.1.14 | Préenseignes temporaires (P0.14)

Conformément au code de l'environnement, le règlement rappelle les dispositions relatives aux préenseignes temporaires dont les règles se distinguent pour celles qui sont installées pour plus de trois mois et celles qui sont installées pour moins de trois mois.

C.2.1.15 | Densité des dispositifs sur emprises ferroviaires (P0.15)

Le règlement précise que les règles de zones de publicité s'appliquent aux emprises ferroviaires et vient préciser la densité des publicités autorisées sur ces emprises. Compte tenu de la superficie importante de ce foncier au sein des espaces agglomérés et en cohérence avec l'objectif de valorisation des paysages urbains et du cadre de vie quotidien, le RLPi impose une interdistance minimale de 80 mètres entre deux dispositifs.

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

C.2.2.1 | Synthèse du règlement

Cf. tableau ci-après

Centres-villes, noyaux villageois, faubourgs

ZP1a	Centres historiques des villes/villages * hors SPR, site inscrit, MH et PNR	Publicité autorisée uniquement sur mobilier urbain (hors Pertuis PNR), max. 2 m² Publicité numérique interdite	
ZP1b	Faubourgs, centres-villes élargis * hors SPR, site inscrit, MH	Publicité autorisée uniquement sur mobilier urbain , max. 8 m² Publicité numérique* autorisée sous conditions : <ul style="list-style-type: none"> - max. 2 m² - Adaptation de la luminance de l'écran à la luminosité ambiante 	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Tissus urbains périphériques à dominante résidentielle

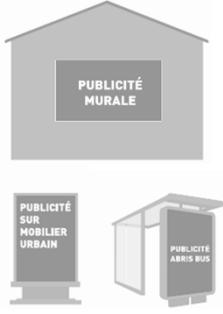
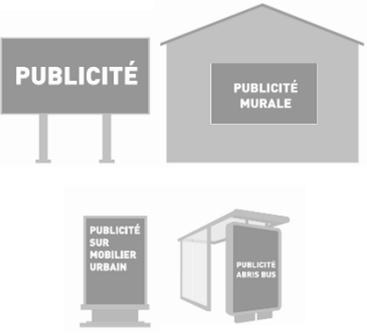
<p>ZP2a (et ZP2a1)</p>	<p>Tissus urbains mixtes à dominante résidentielle en secteur d'intérêt paysager</p> <p>* hors SPR, site inscrit, MH, PNR</p>	<p>Publicité autorisée uniquement sur mobilier urbain, max. 2 m² (hors Pertuis PNR et ZP2a1), max. 8 m² sur Aix-en-Provence</p> <p>Publicité numérique interdite (hors agglo de + de 10 000 hab, max 2 m²)</p>	
<p>ZP2b</p>	<p>Tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des centralités villageoises et pôles de proximité</p> <p>* hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée sur mur (hors clôture) max. 2 m² & sur mobilier urbain, max 2 m²</p> <p>1 dispositif maximum par unité foncière le long de chaque voie</p> <p>Publicité numérique interdite</p>	
<p>ZP2c</p>	<p>Tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des centralités urbaines</p> <p>* hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée sur mur (hors clôture) max. 4,70 m² & sur mobilier urbain, max. 2 m²</p> <p>1 seul dispositif par unité foncière le long de chaque voie</p> <p>Pub numérique interdite</p>	
<p>ZP2d</p>	<p>Tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des pôles urbains</p> <p>* hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée au sol, sur mur (hors clôture), max. 4,70 m² & sur mobilier urbain, max 8 m²</p> <p>Si UF ≤ 30 m = 1 seul dispositif (mural uniquement)</p> <p>Si UF ≥ 30 m = 1 seul dispositif (au choix : mural, scellé ou installé au sol)</p> <p>Publicité numérique interdite au sol et au mur, autorisée uniquement sur mobilier urbain (agglo + de 10 000), max 2 m²</p>	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Entrée de ville, entrée de Territoire

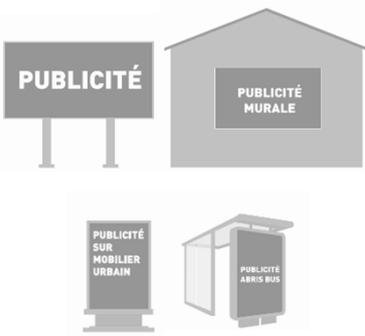
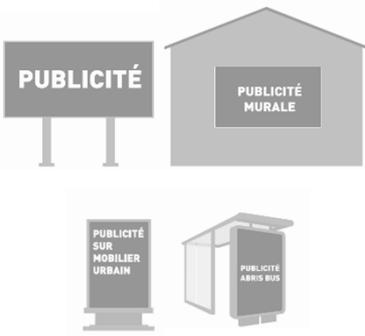
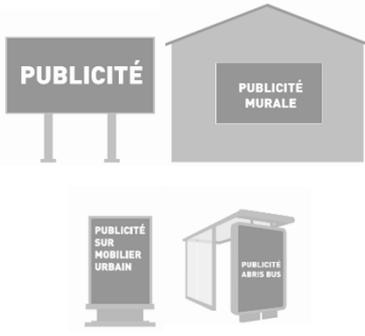
<p>ZP3a</p>	<p>Entrées de ville / traversées urbaines majeures * hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée au sol, sur mur (hors clôture), max. 10,5 m², (4,70 m² en PNR) et sur mobilier urbain, max 8 m² (2m² en PNR)</p> <p>Si UF ≤ 30 m = 1 seul dispositif (mural uniquement) Si 30 > UF ≤ 80 m = 1 seul dispositif (au choix : mural ou scellé ou installé au sol) Si UF > 80 m = 2 dispositifs (au choix : mural ou scellé ou installé au sol)</p> <p>Publicité numérique interdite au sol et au mur, autorisée uniquement sur mobilier urbain (agglomération + de 10 000), max 2 m² (hors PNR)</p>	
<p>ZP3b</p>	<p>Entrée de territoire / aéroport de Marseille</p>	<p>Publicité autorisée au sol, sur mur (hors clôture), max. 10,5 m² (plafond du Code de l'Environnement) Interdistance de 20 m minimum entre 2 panneaux publicitaires Publicité autorisée sur mobilier urbain, max 4 m² Publicité numérique interdite au sol et au mur, autorisée uniquement sur mobilier urbain, max 4 m²</p>	
<p>ZP3c</p>	<p>Entrée de territoire / Gare TGV d'Aix-en-Provence (hors agglomération)</p>	<p>Code de l'environnement</p>	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Zones économiques

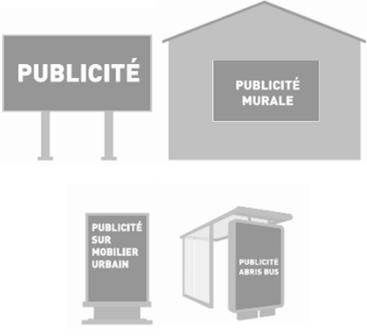
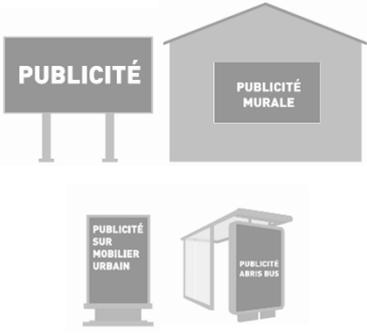
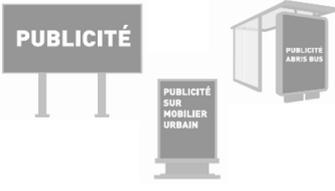
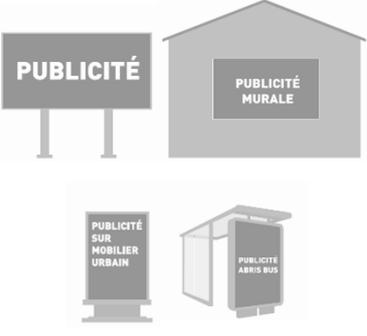
<p>ZP4a</p>	<p>Pôles d'activités de proximité * hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée au sol*, sur mur (hors clôture), max. 2 m² et sur mobilier urbain, max 2 m² Si UF ≤ 30 m = 1 seul dispositif (mural uniquement) Si UF ≥ 30 m = 1 seul dispositif (au choix : mural, scellé ou installé au sol) Publicité numérique interdite au sol et au mur, autorisée uniquement sur mobilier urbain (agгло + de 10 000), max 2 m²</p>	
<p>ZP4b</p>	<p>Zones économiques de rayonnement local * hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée au sol*, sur mur (hors clôture), max. 4,70 m² & sur mobilier urbain, max 8 m² (2m² en PNR) Si UF ≤ 30 m = 1 seul dispositif (mural uniquement) Si UF ≥ 30 m = 1 seul dispositif (au choix : mural, scellé ou installé au sol) Publicité numérique autorisée (agгло + de 10 000), max 4m² (hors PNR)</p>	
<p>ZP4b1</p>	<p>Zones économiques de rayonnement local * hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité apposée sur mur interdite Publicité autorisée au sol, max 4,70 m² et sur mobilier urbain max 4 m² 1 seul dispositif par UF si UF ≥ 30m Publicité numérique autorisée (agгло + de 10 000), uniquement sur mobilier urbain max 4m²</p>	
<p>ZP4b2</p>		<p>Publicité interdite</p>	
<p>ZP4c</p>	<p>Zones commerciales et économiques de rayonnement métropolitain * hors SPR, site inscrit, MH</p>	<p>Publicité autorisée au sol*, sur mur (hors clôture), max. 10,5 m² (plafond du Code de l'environnement) & sur mobilier urbain, max 8 m² Si UF ≤ 80 m = 1 seul dispositif Si UF ≥ 80 m = 4 dispositifs maximum avec interdistance de 40 m entre deux dispositifs Publicité numérique autorisée, max 4m² (dans unité urbaine Aix-Marseille)</p>	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Hors agglomérations

ZP5a	Hors agglomérations, espaces à dominante naturelle, agricole	Publicité Interdite - Article L.581-7 du code de l'environnement (sauf préenseignes dérogatoires)
ZP5b	Hors agglomérations, espaces à dominante économique (Z.A)	
ZP5c	Hors agglomérations, (hameau)	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

C.2.2.2 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°1 (centres-villes, noyaux villageois et faubourgs)

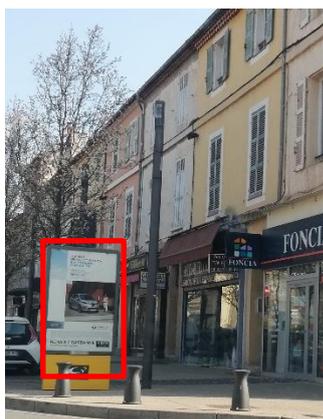
Afin de répondre aux enjeux de préservation du patrimoine, d'assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLPi interdit strictement la publicité apposée sur un mur de bâtiment, scellée au sol ou installée directement sur le sol dans cette zone.

Restent en particulier autorisées :

- **La publicité supportée par du mobilier urbain** : conformément au code de l'environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-bus) ou à la diffusion d'informations municipales ou métropolitaines. En effet, la majorité des mobiliers urbains fait l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver la possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans cette zone. Afin de limiter l'emprise visuelle de ces dispositifs, leur surface unitaire d'affichage a été limitée à 2 ou 8m².
- **La publicité numérique** : pour les mêmes raisons que les publicités supportées par du mobilier urbain, ces dispositifs facilitent la gestion et la transmission des informations municipales et métropolitaines. Ils permettent de diffuser un nombre d'informations à caractère général ou local plus important que des dispositifs classiques et constituent un outil indispensable à la diffusion dans des délais relativement courts d'informations importantes pour la population (exemple : alerte attentat, risque inondation, canicule, ...).

Particularité réglementaire de la ZP1a (centres historiques des villes et villages :

Ce sous-zonage répond à la nécessaire protection des centres historiques des villes et villages, non concernés par un périmètre de Site Patrimonial Remarquable, au sein desquels l'affichage publicitaire est strictement limité pour préserver leurs fortes qualités architecturales et patrimoniales. En ZP1a, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée (hors SPR, site inscrit et PNR). Le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques est limité au format de 2m² et la publicité numérique y est interdite. Cette restriction est justifiée par les sensibilités patrimoniales et le caractère historique et villageois des secteurs concernés.



✓ Publicité apposée sur du mobilier urbain autorisée dans la limite de 2m² maximum (hors SPR et site inscrit)



✗ Publicité murale interdite



✗ Publicité scellée au sol interdite

Particularité réglementaire de la ZP1b (faubourgs et centres-villes élargis) :

Ce sous-zonage permet d'adapter le format de publicité au caractère urbain des agglomérations concernées et à la présence de faubourgs en continuité du cœur historique, notamment sur la base des tailles d'agglomérations (plus ou moins de 10 000 habitants). La première particularité de la ZP1b réside dans l'autorisation de format d'affichage publicitaire sur mobilier urbain plus important qu'en ZP1a (format 8m² maximum), mieux adaptée au regard du contexte urbain et de la fréquentation par la population de ces secteurs proches des centres-villes.

Ensuite, le RLPi admet dans ces mêmes agglomérations la publicité numérique sur mobilier urbain. Ces dispositifs, déjà présents la plupart du temps, facilitent la gestion et la transmission des informations d'intérêt général auprès de la population (municipales, métropolitaines etc..).



✓ Publicité apposée sur du mobilier urbain autorisée jusqu'à 8 m², et numérique jusqu'à 2m²



✗ Publicité murale interdite



✗ Publicité scellée au sol interdite

C.2.2.3 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°2 (les tissus urbains périphériques à dominante résidentielle)

La zone de publicité n°2 couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielles des centralités villageoises et pôles de proximité, des centralités urbaines et pôles urbains. L'attractivité du territoire se traduit par une urbanisation résidentielle en périphérie des centres-villes et des villages. Ces espaces résidentiels représentent aujourd'hui une vaste partie des agglomérations du Pays d'Aix et composent l'essentiel des paysages du quotidien. En cohérence avec l'orientation n°1, les règles sont adaptées aux profils des communes pour valoriser la qualité de vie dans ces tissus urbains mixtes à dominante résidentielle qui participent à l'attractivité résidentielle du Pays d'Aix et constitue le cadre de vie quotidien d'un grand nombre de ses habitants. Les choix règlementaires consistent notamment à éviter l'implantation de dispositifs de publicité scellés au sol et muraux dans les secteurs les plus sensibles et d'en limiter leur nombre et leur format dans les zones résidentielles des pôles urbains. Les possibilités de publicité sur mobilier urbain accompagnent cette recherche d'amélioration du cadre de vie tout en maintenant la visibilité des activités économiques.

Particularité règlementaire de la ZP2a (tissus urbains mixtes à dominante résidentielle en secteur d'intérêt paysager) :

Ce sous-zonage permet de préserver des espaces résidentiels dont le caractère paysager est affirmé et reconnu par des périmètres environnementaux en particulier le périmètre du Grand Site Concors-Sainte-Victoire, le Parc Naturel Régional du Luberon, le littoral de l'étang de Berre et d'autres quartiers d'intérêt paysager. Les règles applicables au sous-secteur de zone ZP2a1 diffèrent de la ZP2a notamment pour les enseignes. Elles sont quasiment identiques en matière de publicité. La préservation des richesses environnementales et paysagères d'exception passe nécessairement par un encadrement strict de l'affichage publicitaire afin de conserver la qualité et l'attractivité des secteurs concernés. Pour y répondre, il a été décidé dans ce sous-zonage :

- **D'interdire toute publicité dans le Parc Naturel Régional du Luberon** (conformément à la charte du PNR)
- **D'interdire de façon générale les dispositifs de publicité scellés ou installés au sol, muraux (y compris numériques)** et d'éviter l'installation d'éléments visuels qui pourraient banaliser la perception des emblèmes du territoire.
- **D'autoriser la publicité supportée par du mobilier urbain** dans la limite de 2m² (hors PNR et ZP2a1) pour les dispositifs destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, et jusqu'à 8m² pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.
- **D'autoriser la publicité numérique sur mobilier urbain** dans la limite de 2m² et uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, conformément au code de l'environnement.

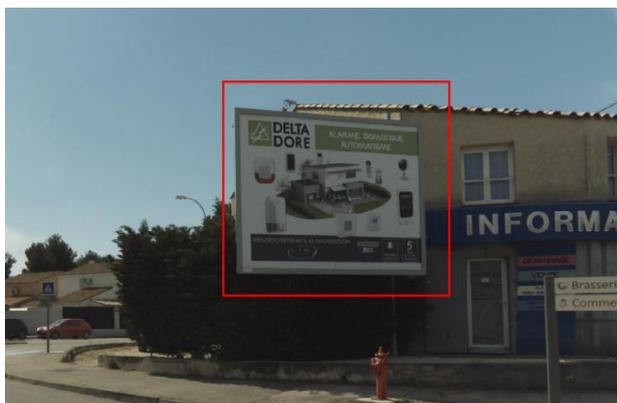
Trois sous-zones sont ensuite dédiées aux autres secteurs composés d'un tissu urbain à dominante résidentielle (ZP2b, ZP2c et ZP2d) situés soit dans les villages et pôles de proximité, soit dans les centralités ou pôles urbains. La prise en compte de ces typologies urbaines nécessite d'adapter les supports et le format des publicités et préenseignes en fonction des profils de communes afin d'améliorer le cadre de vie quotidien de leurs habitants.

Particularité règlementaire des ZP2b, ZP2c (tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des centralités villageoises et pôles de proximité et ceux des centralités urbaines) :

Le RLPi prévoit dans ces sous-zonages :

- **D'interdire de façon générale les dispositifs de publicité scellés ou installés au sol y compris numériques.** L'installation d'obstacles visuels supplémentaires dans ces espaces aujourd'hui globalement préservés et de qualité ont tendance à atténuer la qualité du cadre de vie et les ambiances villageoises. L'objectif du RLPi est également d'harmoniser le traitement de l'affichage pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, notamment pour celles qui appartiennent à l'unité urbaine d'Aix-Marseille. En effet, les profils de certaines communes appartenant ou non à l'unité urbaine d'Aix-Marseille sont similaires, néanmoins les règles nationales applicables aux dispositifs scellés au sol sont différentes.

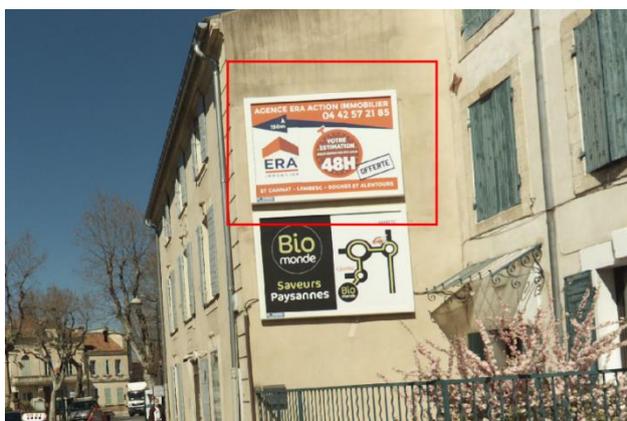
- **D'autoriser la publicité apposée sur un mur (hors mur de clôture).** S'appuyant sur des obstacles visuels existants et matériels (façades de bâtiment), elle engendre un impact visuel moins important que la publicité au sol. Son format est toutefois limité dans le RLPi à 2 m² en ZP2b et 4,70m² en ZP2c. Sa densité est limitée à **un seul dispositif publicitaire par unité foncière.**
- **D'autoriser la publicité sur mobilier urbain** en limitant son format de 2 m² permet également de réduire l'emprise visuelle de ces mobiliers, qui à l'inverse de la publicité murale, constituent des éléments supplémentaires dans le champ de perception visuelle.



❌ Publicité scellée au sol interdite en ZP2b et ZP2c



❌ Publicité murale supérieure à 2m² interdite en ZP2b



✓ Publicité murale autorisée jusqu'à 4m² en ZP2c
 ❌ Dans la limite d'un dispositif par unité foncière



✓ Publicité apposée sur mobilier urbain autorisée en ZP2b et ZP2c (non numérique)

Particularité réglementaire de la ZP2d (les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des pôles urbains) :

Ce sous-zonage couvre les tissus urbains mixtes à dominante résidentielle **des pôles urbains**, à savoir Aix-en-Provence, Gardanne et Vitrolles. Ces secteurs d'agglomérations, sont les plus étendus, les plus denses et les plus fréquentés à l'échelle du Pays d'Aix. C'est pourquoi le RLPi permet plus de souplesse d'affichage qu'en ZP2a, ZP2b et ZP2c, tout en conservant le principe de préservation de la qualité du cadre de vie de ces espaces avant tout à dominante résidentielle.

Pour répondre à ces enjeux, le RLPi prévoit notamment dans ce sous-zonage :

- **D'autoriser les dispositifs de publicité scellés ou installés au sol tout en réduisant le format autorisé à 4,70 m².** Ce format constitue un compromis entre réduction de l'emprise visuelle et maintien de l'affichage publicitaire nécessaire à la visibilité des acteurs économiques dans les zones résidentielles des pôles urbains.
- **De limiter la publicité scellée au sol aux unités foncières de plus de 30 mètres.** Cette disposition constitue un outil pertinent pour encadrer de façon significative la densité publicitaire le long de ces axes : elle permet de réduire les possibilités d'installation et l'accumulation de panneaux publicitaires sur chaque unité foncière bordant ces axes. En deçà de cette longueur, seul un dispositif mural pourra être autorisé.
- **De limiter la publicité à un seul dispositif par unité foncière** le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (tous supports confondus) pour supprimer les effets de doublon existants.
- **D'autoriser la publicité numérique sur le seul mobilier urbain**, uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et n'excédant pas 2m² afin de limiter l'impact visuel engendré par ce type d'affichage dans la traversée des tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des pôles urbains.



✓ Publicité apposée sur mobilier urbain autorisée (y compris numérique)



✗ Publicité murale supérieure à 4,70m² interdite en ZP2d



✗ Publicité scellée au sol supérieure à 4,70m² interdite en ZP2d et doublon interdit

C.2.2.4 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°3 (les entrées de ville et entrées de territoire)

La zone ZP3 couvre l'ensemble du domaine public et des unités foncières situées de part et d'autre de la chaussée de certains grands axes routiers, matérialisant des entrées de villes à dominante commerciale et des entrées de territoire d'intérêt régional sur lesquels des dispositions spécifiques ont été définies pour tenir compte de leurs spécificités.

- Les abords des voies ou tronçons de voies situés en agglomération dans une bande de 20 mètres de part et d'autre de l'axe des voies, notamment la N2516 prolongée par l'avenue Henry Mouret et l'avenue du Club Hippique à Aix-en-Provence, le boulevard Jean Guigues, l'avenue Jean Moulin, l'avenue de Verdun et la route de la Bastidonne à Pertuis...
- L'entrée de l'aéroport Marseille Provence, située sur la commune de Vitrolles.
- La gare d'Aix-en-Provence TGV, située sur la commune d'Aix-en-Provence, localisée hors agglomération (bénéficiant de la dérogation à l'article L.581-7 du code de l'environnement).

Particularité règlementaire de la ZP3a (entrées de ville, traversées urbaines majeures) :

Les entrées de ville concernées constituent la première image du territoire. Aujourd'hui, l'ensemble de ces axes urbains connaît une densité relativement importante de dispositifs publicitaires de grande taille. Cette densité de panneaux tend à brouiller le paysage urbain et à impacter négativement l'image perçue des communes, l'affichage publicitaire prenant le pas sur la valorisation urbaine et paysagère de ces entrées ou traversées de ville. L'amélioration de la qualité paysagère de ces secteurs sensibles, supports de flux quotidiens importants, passe par un encadrement équilibré des dispositifs permettant de maintenir des possibilités d'affichage nécessaires aux activités économiques.

Pour répondre à ces enjeux, le RLPi prévoit dans ce sous-zonage :

- **De réduire le format maximum des publicités murales et scellées au sol de 10,5m²** : ce format constitue un compromis entre réduction de l'emprise visuelle et maintien d'un format suffisant nécessaire à la visibilité des acteurs économiques sur ces principaux axes de circulation. Dans le Parc Naturel Régional du Luberon, le format de ces dispositifs est limité à 4,70m² en compatibilité avec la charte du Parc.
- **De limiter la publicité scellée au sol à certaines unités foncières** (celles de plus de 30 mètres) : cette disposition constitue un outil pertinent pour encadrer de façon significative la densité publicitaire le long de ces axes. Elle permet de réduire les possibilités d'installation et l'accumulation de panneaux publicitaires sur chaque unité foncière bordant ces axes. En deçà de cette longueur, seul un dispositif mural pourra être autorisé.
- **De limiter la publicité à un seul dispositif pour les unités foncières de moins de 80 mètres** le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (tous supports confondus) afin limiter la densité en supprimant les effets de doublon sur des petits fonciers. Sur les grandes unités foncières de plus de 80 mètres, le RLPi maintient la possibilité offerte par la loi d'autoriser un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres tout en limitant à deux dispositifs maximum. Il s'agit ici de laisser une marge de manoeuvre sur les grandes unités foncières où l'impact paysagé est moins important.
- **D'autoriser la publicité supportée par du mobilier urbain** dans la limite de 8m² pour les dispositifs destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, et 2m² dans l'aire d'adhésion du Parc Naturel Régional du Luberon, en compatibilité avec la charte du Parc.
- **Autorise la publicité numérique sur le seul mobilier urbain (hors PNR)**, uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants dans la limite de 2m², afin de limiter l'impact visuel engendré par ce type d'affichage sur la traversée de tissus urbains mixtes à dominante résidentielle des pôles urbains.



✓ Publicité scellée au sol autorisée dans la limite de 10,5m²

✗ Densité publicitaire supérieure limitée à 1 dispositif pour les UF de moins de 80 m linéaire, 2 maximum au-delà de 80 m linéaire



✓ Publicité apposée sur mobilier urbain autorisée dans la limite de 4m² en PNR



✓ Publicité murale autorisée dans la limite de 10,5 m² contre 4m² en PNR

Particularité réglementaire de la ZP3b (entrée de territoire par l'aéroport de Marseille Provence) :

Cet aéroport, qui reçoit plus de 8 millions de passagers par an, constitue une entrée majeure du territoire de la métropole Aix-Marseille-Provence. Si l'essentiel de l'emprise aéroportuaire et des parkings est localisé sur la commune de Marignane (RLPi de Marseille Provence), les axes d'entrée au site sont localisés sur la commune de Vitrolles (RLPi du Pays d'Aix). La qualité d'entrée du site joue, au même titre que les axes routiers, un rôle essentiel dans la première image perçue du territoire.

Le maintien de la réglementation nationale engendrerait un potentiel de développement très important de la publicité sur cette porte d'entrée du territoire. Il est donc important d'encadrer le développement de l'affichage publicitaire sur l'aéroport Marseille Provence, tout en préservant une réglementation cohérente au regard des espaces localisés sur le territoire voisin.

Dans cette optique, il a été décidé dans ce sous-zonage :

- De réduire le format maximum autorisé des publicités murales et scellées au sol ou installées directement sur le sol à 10.5m² en cohérence avec le RLPi de Marseille Provence.
- De limiter le format de la publicité supportée par du mobilier urbain à 4m² tout en y permettant l'affichage numérique.



✓ Publicité apposée sur mobilier urbain autorisée



✓ Publicité scellée au sol autorisée

Particularité réglementaire de la ZP3c (entrée de territoire par la gare d'Aix-en-Provence TGV) :

La gare TGV d'Aix-en-Provence constitue l'autre porte d'entrée majeure du territoire après l'aéroport de Marseille Provence. La qualité des espaces environnants, naturels, joue au même titre qu'aux abords des axes routiers, un rôle essentiel dans la première image perçue de la métropole Aix-Marseille.

Cette dernière étant toutefois localisée « hors agglomération » à l'inverse des principales entrées de ville et de l'aéroport, le RLPi ne peut pas réglementer plus strictement les possibilités d'affichage sur ce secteur. En effet, le RLP ne peut règlement l'affichage qu'à l'intérieur des agglomérations.

Ainsi, les règles applicables à ce secteur correspondent aux dispositions réglementaires mentionnées aux articles L581-7, R581-26, R581-32, R581-31 et R581-41 et dont les principales règles sont reprises dans le règlement du RLPi.

C.2.2.5 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°4 (les zones économiques du territoire)

A l'échelle du territoire, les zones à vocation économique ont des dispositions réglementaires plus souples en matière de publicité et de préenseignes que dans des secteurs résidentiels ou historiques.

Leur situation bien souvent en périphérie des centres villageois et éloignés des secteurs patrimoniaux, permet d'y laisser une marge de manœuvre dans le type de supports publicitaires autorisés et leur format. En revanche, des règles de densité sont imposées afin de répondre aux enjeux de lisibilité des messages publicitaires et des façades commerciales ainsi qu'à l'objectif affiché dans l'orientation n°4 : Aérer le paysage urbain des zones commerciales en limitant la densité des différents dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes), tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.

Le règlement est ainsi adapté à la fois :

- au contexte économique de cette zone,
- au profil des différentes zones d'activités,
- aux possibilités réglementaires offertes par la réglementation nationale.

Particularité réglementaire de la ZP4a (Pôles d'activités de proximité) :

La zone ZP4a couvre des espaces économiques de taille réduite, situés en agglomération mais relativement isolés des grands axes routiers et dont la fréquentation est plutôt limitée.

Ces dernières sont souvent localisées dans des secteurs à l'identité plus rurale. D'ailleurs la majorité des zones concernées est localisée en dehors de l'unité urbaine d'Aix-Marseille où la réglementation nationale y interdit aujourd'hui la publicité au sol et limite la publicité murale à 4 m². De plus, elles sont pour la plupart localisées à proximité immédiate de quartiers à dominante résidentielle.

Ainsi, dans un souci de protection du cadre de vie et d'équilibre avec les dispositions prévues pour la ZP2, le RLPi prévoit dans le sous-zonage ZP4a:

- **De limiter le format maximum des publicités murales, scellées au sol et supportées par du mobilier urbain à 2m²** : ce format constitue un compromis entre réduction de l'emprise visuelle et maintien d'un format suffisant nécessaire à la visibilité des acteurs économiques locaux notamment sur les axes de circulation bordant ces zones.
- **De limiter la publicité scellée au sol lorsqu'elle est autorisée dans l'unité urbaine d'Aix-Marseille à certaines unités foncières** (celles de plus de 30 mètres) : cette disposition constitue l'outil le plus pertinent pour encadrer de façon significative la densité publicitaire le long des axes : elle permet de réduire les possibilités d'installation et l'accumulation de panneaux publicitaires sur chaque unité foncière bordant ces axes.
- **D'autoriser la publicité numérique sur le seul mobilier urbain (dans les communes de plus 10 000 habitants comprises dans l'unité urbaine d'Aix-Marseille)**, afin de limiter la pollution visuelle engendrée par ce type d'affichage.



✗ Publicité scellée au sol et murale limitée à 2m²



✓ Publicité apposée sur mobilier urbain autorisé

Particularité réglementaire de la ZP4b (Zones économiques de rayonnement local) :

La zone ZP4b couvre les principales zones économiques de rayonnement local, situées en agglomération. Le profil des zones concernées est quasi similaire à celle de la ZP4a, à la différence près que ces zones économiques sont de tailles plus importantes, un peu plus proches des axes structurants du territoire et se situent dans des communes au contexte plus urbain et plus fréquenté. Par ailleurs ces espaces d'activités sont situés à l'interface d'espaces résidentiels. L'ambition dans ce type de secteur est d'améliorer l'intégration des activités économiques et leur visibilité au sein d'espaces résidentiels et tendre vers l'embellissement d'un espace de vie partagé à la fois par les habitants et les entreprises.

Ainsi, dans un souci d'équilibre entre protection du cadre de vie et dynamisme économique, le RLPI prévoit dans ce sous-zonage :

- **De limiter le format maximum des publicités murales, scellées au sol à 4m² :** ce format constitue un compromis entre réduction de l'emprise visuelle et maintien d'un format suffisant nécessaire à la visibilité des acteurs économiques locaux notamment sur les axes de circulation bordant ces zones. Compte tenu de la qualité urbaine de certaines espaces d'activités, liée au caractère central de la zone d'activité dans l'organisation urbaine et à sa fréquentation quotidienne par les habitants, des sous-secteurs permettent d'encadrer davantage la place de la publicité :
 - o Une ZP4b1 bordant l'axe principal de la voie, le long de laquelle la publicité murale est interdite.
 - o Une ZP4b2 composée des axes secondaires desservant les bâtiments d'activités, le long desquels, la publicité est interdite, et ce, afin de privilégier la visibilité des enseignes.
- De limiter la publicité scellée au sol lorsqu'elle est autorisée dans l'unité urbaine d'Aix-Marseille à certaines unités foncières (celles de plus de 30 mètres) : cette disposition constitue un outil pertinent pour encadrer de façon significative la densité publicitaire le long des axes en favorisant la visibilité des enseignes qui le bordent. Elle permet de réduire les possibilités d'installation et l'accumulation de panneaux publicitaires sur chaque unité foncière bordant ces axes au sein des zones économiques.
- D'autoriser la publicité supportée par du mobilier urbain dans la limite de 8m² pour les dispositifs destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques. Cette surface est réduite à 4m² en ZP4b1 et à 2m² pour la commune de Pertuis localisée dans l'aire d'adhésion du PNR, afin d'être compatible avec la charte. En ZP4b2, ce type de dispositif est interdit afin de privilégier la visibilité des enseignes.
- D'autoriser la publicité numérique jusqu'à 4m², favorable aux acteurs économiques puisque ces dispositifs facilitent la gestion et la transmission d'informations publicitaires, promotionnels. En ZP4b1, l'affichage numérique n'est toléré que sur mobilier urbain afin de limiter la pollution visuelle engendrée par ce type d'affichage. En ZP4b2, ce type de dispositif est interdit afin de privilégier la visibilité des enseignes.



✓ Publicité scellée au sol autorisée en ZP4b (hors ZP4b2)



✓ Publicité murale autorisée sauf en ZP4b1 et ZP4b2
✗ Dans la limite d'un dispositif par UF

Particularité réglementaire de la ZP4c (Zones commerciales et économiques de rayonnement métropolitain) :

C'est au sein de cette zone à vocation économique que les dispositions réglementaires sont les plus souples en matière de publicité et de préenseignes. En effet la diversité des activités et des services qui y sont proposées conduit à autoriser toutes les typologies de publicités et pré-enseignes existantes. Le règlement est adapté à la vocation des zones concernées et à l'envergure de leur rayonnement économique.

Son éloignement des zones de protection patrimoniale (à l'inverse des pôles économiques des coeurs de ville et villages) permet d'avoir recours à tous type de supports publicitaires tout en cadrant leur densité et leur format pour éviter la surabondance et améliorer la lisibilité des enseignes.

Dans ce type de zone, dont l'emprise globale est relativement limitée à l'échelle du Pays d'Aix, l'objectif est de prendre en compte le besoin des activités locales de se signaler, notamment celles situées en retrait des axes principaux, en cohérence avec l'orientation n°4 du RLPi.

Le RLPi prévoit dans ce sous-zonage :

- **D'autoriser le format maximum des publicités murales, scellées au sol à 10,5m²** : ce format constitue un compromis entre réduction de l'emprise visuelle et maintien d'un format suffisant nécessaire à la visibilité des acteurs économiques notamment sur les axes de circulation bordant ces zones. Il est proche des formats de publicité existants sur ces espaces, à savoir des dispositifs muraux et scellés au sol de 12 m² autorisé par la réglementation nationale.
- **De limiter le nombre de dispositif publicitaire par unité foncière** : 1 dispositif maximum est autorisé sur les unités foncières de moins de 80 mètres. Au-delà 4 dispositifs maximum sont autorisés, à condition qu'une interdistance de 40 m entre les deux panneaux soit respectée. Cette disposition constitue un outil pertinent pour encadrer de façon significative la densité publicitaire: elle permet de réduire les possibilités d'installation et l'accumulation de panneaux publicitaires sur chaque unité foncière bordant ces axes au sein des zones économiques.
- **D'autoriser la publicité supportée par du mobilier urbain** dans la limite de 8m² pour les dispositifs destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques.
- **D'autoriser la publicité numérique jusqu'à 4m²**, favorable aux acteurs économiques puisque ces dispositifs facilitent la gestion et la transmission d'informations publicitaires, promotionnels.



✓ Publicité scellée au sol et murale autorisée jusqu'à 10,5 m²



✓ Publicité apposée sur mobilier urbain autorisée jusqu'à 8m²

C.2.2.6 | Justification des dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°5 (les secteurs situés hors agglomérations)

Cette zone a été déterminée par soustraction des limites d'agglomération. Il s'agit ici des secteurs hors agglomérations.

Les publicités autres que dérogatoires sont interdites en application des articles L.581-4 et L.581-7 du code de l'environnement.

La création d'une zone de publicité spécifique « hors agglomération » a pour but d'encadrer les catégories d'enseignes autorisées, leurs dimensions dans un objectif de préservation des paysages.

Dans cette optique, des sous-secteurs ont été créés :

Une ZP5a, correspondant à des espaces à dominante naturelle, agricole en dehors des agglomérations

Une ZP5b, correspondant à des espaces à dominante économique (Z.A) localisés hors agglomération

Une ZP5c, correspondant à des hameaux localisés hors agglomération

C.3 | Justification des choix réglementaires relatifs aux enseignes

C.3.1 | Prescriptions communes à l'ensemble des zones

C.3.1.1 | Interdictions d'enseignes (E0.1)

Le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti :

- les enseignes sur les arbres et les éléments de végétation ;
- les enseignes sur des éléments d'architecture de façade s'agissant notamment de corniches, modénatures, garde-corps de toute baie, balcon ou balconnet et tout autre motif décoratif, ainsi que sur les volets ;
- les enseignes sur les auvents et les marquises ;
- les enseignes devant une fenêtre ou un balcon ;

C.3.1.2 | Intégration architecturale et urbaine de l'enseigne (E0.2)

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne. Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), il s'agira de veiller à ce que :

- l'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- l'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ;
- le choix des matériaux et couleurs des enseignes scellées sur façade se fasse en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

En complément le RLP rappelle l'article R.581-60 et R.581-61 du code de l'environnement : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit ».

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur. Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres (articles R.581-60 et R.581-61 du code de l'environnement).

C.3.1.3 | Enseigne lumineuse (E0.3)

Considérant que les enseignes lumineuses peuvent impacter de façon significative le paysage urbain et l'environnement au sens large, le RLPi réglemente ce type de dispositif. Les dispositions imposées dans cet article visent à encadrer les installations d'éclairage des enseignes. Le RLPi précise que ces dernières doivent être conçues de manière à limiter et réduire les nuisances lumineuses et la consommation énergétique.

Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), le RLPi impose également l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses (dont numériques) de 23h à 7h contre 01h à 6h imposés par le code de l'environnement. Cet élargissement de la plage horaire vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie et d'impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse).

C.3.1.4 | Cas particulier des enseignes installées sur des arcades, en rez-de-chaussée (E0.4)

Plusieurs communes sont concernées par des petits pôles commerciaux, dont les activités sont regroupées au sein d'un ensemble à l'architecture particulière puisque composé d'arcade en rez-de-chaussée, formant parfois une galerie marchande. Cette architecture ne permet pas, bien souvent, la bonne visibilité des commerces. Ces derniers apposent alors leurs enseignes directement sur l'arcade, banalisant l'aspect esthétique recherché à l'origine. En effet, il s'agit dans la majorité d'enseignes composées de panneaux PVC rectangulaires non harmonieux, apposées sur les arrondis des arcades. Ainsi, les dispositions du présent article ont pour but d'assurer une meilleure intégration architecturale des enseignes. Pour ce faire, le RLPI impose aux enseignes d'être réalisées en lettres découpées fixées directement sur l'arcade ou éventuellement sur un panneau transparent, évitant ainsi de masquer la forme originelle du bâtiment.



C.3.1.5 | Dépose (E0.5)

Conformément à la loi, il est ici simplement rappelé que « Les enseignes déposées impliquent l'enlèvement de tous les supports ou appareillages correspondants, faute de quoi elles sont considérées comme existantes. Après la dépose des dispositifs, aucune trace des anciens montages ne doit être visible sur le mur support ou le sol support.»

C.3.2 | Densité

Le cumul d'enseignes sur et devant chaque bâtiment d'activité peut entraîner une « surcharge » visuelle relativement impactante sur la perception du patrimoine bâti et l'environnement urbain. Au-delà du nombre d'enseignes maximum autorisé par type de support, le RLP impose un maximum de **4 enseignes par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation** (tous supports confondus) hors ZP4a, b et c pour lesquels les règles nationales restent applicables.

En ce sens, le RLP rappelle le contenu de l'article R.581-63 du code de l'environnement, concernant les surfaces maximums autorisées selon la superficie de la façade de l'établissement.

C.3.3 | Enseigne installée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu

Placées en hauteur au-dessus des bâtiments ou sur des avant-toits, les enseignes sur toiture peuvent impacter de façon significative le paysage urbain. Le code de l'environnement les autorise en effet dans des conditions relativement souples qui peut les rendre très perceptibles de loin, ne s'intégrant pas forcément à l'environnement urbain et architectural (cf. article R581-62 du code de l'Environnement) :

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

[...], la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés, à l'exception de certains établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture. »

Ainsi, une vigilance est portée sur l'intégration paysagère de ce type d'enseignes et sur l'emprise visuelle qu'elles engendrent du fait notamment de leur hauteur. Il est apparu nécessaire d'interdire les enseignes sur toitures dans la quasi-totalité des zones afin de préserver la transparence visuelle sur le paysage.

Les enseignes en toiture sont donc autorisées uniquement dans les zones commerciales et économiques de rayonnement métropolitain (ZP4c) sur toit-terrasse et dans la limite d'un dispositif maximum par activité. La hauteur de l'enseigne ne doit pas excéder un cinquième de la hauteur de la façade qui la supporte, dans la limite de 2 mètres (de la toiture jusqu'à la partie supérieure de l'enseigne). Cette dernière doit être réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant sa fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base.

Par exception, pour les activités situées en ZP4a et ZP4b, hors ZP4b1 et ZP4b2, dont la surface de vente est supérieure ou égale à 1000 m², une enseigne en toiture est autorisée selon les conditions applicables à la ZP4c ci-dessus.

C.3.4 | Dispositions applicables aux enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur

Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur sont les enseignes les plus utilisées par les établissements. Elles sont donc autorisées dans toutes les zones.

La réglementation nationale impose aujourd'hui à ce que (article R581-63 du CE) :

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

En ZP1a, ZP1b et ZP2a, ZP2a1, ZP2b, ZP2c, ZP2d et ZP3a, ZP3b, ZP3c et ZP5c :

En cohérence avec l'orientation 1 visant notamment à valoriser la qualité du cadre de vie quotidien, les centres-villes, noyaux villageois concernés ou non par un site patrimonial remarquable, mais aussi les quartiers résidentiels, entrées de villes et de territoire bénéficient d'une attention particulière dans le traitement des enseignes. Celles-ci jouent en effet un rôle essentiel dans la perception des façades bâties, notamment dans les centres historiques, et participent à la qualité du cadre de vie du quotidien, lorsqu'elles sont adaptées au contexte.

Aujourd'hui, de nombreux dispositifs sont de qualité, mais face à une réglementation nationale relativement permissive, l'enjeu est d'assurer sur le long terme une cohérence de traitement à l'échelle du Pays d'Aix et l'intégration des enseignes avec l'environnement bâti et le paysage urbain dans lequel elles s'insèrent. Le RLPi définit donc des règles visant à limiter l'emprise des enseignes sur les devantures commerciales dans ces zones tout en intégrant les besoins de lisibilité des établissements.

Plusieurs règles sont ainsi édictées:

- **Des règles encadrant le nombre d'enseignes par façade et par activité** : le nombre d'enseignes est limité à 2 voire 1 par façade d'activité.

Afin de répondre aux besoins des acteurs économiques et à l'exclusion des sites patrimoniaux remarquables, le RLPi ouvre la possibilité d'ajouter deux enseignes supplémentaires selon la longueur de la devanture. Il s'agit notamment de permettre l'installation d'une enseigne au-dessus d'une deuxième vitrine et d'ajouter si besoin une enseigne sur la partie latérale pour l'affichage de menus, horaires, ...

En ZP2a1, compte tenu de la sensibilité paysagère et du caractère très résidentiel de la zone, seules certains types d'enseignes de petit format sont autorisées.

- **Des règles de format** :

Dans un objectif de réduction de l'emprise visuelle et d'adaptation des enseignes aux proportions des devantures commerciales et de l'environnement urbain (ruelles), le RLPi encadre le format des enseignes en bandeau. La hauteur est ainsi limitée à 20 % de la hauteur de la façade commerciale dans toutes les zones. En SPR, la hauteur maximale est fixée à 0,5 m maximum. Lorsqu'elle est apposée sur baie, l'enseigne ne doit pas excéder 25% e la surface de cette baie.

Idem concernant les enseignes sur clôture, pour lesquelles la réglementation nationale n'impose pas de format maximum ni de surface cumulée. Ainsi, afin de limiter l'emprise visuelle de ces dispositifs, généralement proches de la voie et donc bien visibles, le règlement y impose un format maximum de 1 m². Ce format apparait comme un compromis entre adaptation au contexte urbain, limitation de l'emprise visuelle et lisibilité de l'enseigne elle-même.

- **Des règles d'implantation sur la façade bâtie** :

Afin d'assurer la qualité d'intégration architecturale des enseignes et la lisibilité des façades bâties qui font la valeur de ces cœurs historiques notamment, le RLP interdit dans toutes les zones les enseignes placées au-dessus du niveau inférieur des appuis de fenêtre du premier niveau. Par exception et pour une meilleure intégration architecturale, en site patrimonial remarquable l'enseigne ne peut être apposée au-delà du plancher du 1^{er} étage (en hauteur) et de la vitrine (en largeur).

- **Des règles d'esthétique** :

Dans une recherche d'identité et de qualité, il est imposé en site patrimonial remarquables à ce que l'enseigne soit composée uniquement de lettres découpées fixées sur la façade au plus près de la baie ou sur la baie, ou en lettres peintes sur le coffre des façades menuisées. Pour éviter la mention des diverses activités parfois indiquées en façade le RLPi impose que l'enseigne soit composée uniquement du nom de l'activité « raison sociale ». Ce type d'enseignes apporte une réelle plus-value à un centre historique et permet également de limiter son emprise visuelle, les panneaux de fond étant supprimés.

Spécificités des ZP4a, ZP4b, ZP4b1, ZP4b2, ZP4c et ZP5a, ZP5b et ZP5c :

Dans ces zones situées à l'écart des cœurs historiques d'intérêt architectural et autres quartiers résidentiels, le RLPi reste globalement sur les dispositions du code de l'environnement, qui apparaissent aujourd'hui adaptées pour assurer l'intégration urbaine et paysagère des enseignes en façade.

Seuls les espaces concernés par l'aire d'adhésion du Parc National du Luberon et les hameaux sont concernés par des dispositions plus restrictives.

C.3.5 | Dispositions applicables aux enseignes apposées perpendiculairement à un mur

La loi encadre d'ores et déjà de façon satisfaisante ce type d'enseignes (article R581-61 du CE) :

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

Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres.

Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon. »

Toutefois, il a été estimé que dans les centres-villes, noyaux villageois, zones essentiellement piétonnes où l'enseigne perpendiculaire joue un rôle essentiel dans la perception des ruelles, des dispositions complémentaires devaient être imposées afin d'encadrer un peu plus ce type d'enseignes.

Spécificités des ZP1a, ZP1b et ZP2a, ZP2a1, ZP2b, ZP2c, ZP2d et ZP3a, ZP3b, ZP3c et ZP5c :

En cohérence avec le profil très dense des centres historiques, noyaux de villages et hameaux le RLPi limite le nombre d'enseignes à une par activité et par façade. Cette disposition tient également pour les paysages urbains du quotidien, résidentiels et en entrées de ville.

Le RLPi impose également :

- L'enseigne ne doit pas dépasser le niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du premier niveau. En SPR, l'enseigne ne doit pas dépasser la limite déterminée par le niveau du plancher du 1^{er} étage.
- L'enseigne ne doit pas être installée au-dessus d'une ouverture ;
- La saillie entre le mur et le bord extérieur de l'enseigne ne doit pas excéder 0,8 mètre et 0,5 mètre en SPR.
- La hauteur d'une telle enseigne ne doit pas excéder 0,8 mètre et 0,5 mètre en SPR.

En ZP2a1, les enseignes perpendiculaires sont interdites.

Spécificités des ZP4a, ZP4b, ZP4b1, ZP4b2, ZP4c, ZP5a et ZP5b :

Les zones économiques (ZP4) sont soumises à des règles plus souples que les zones précédentes, en raison de leur vocation économique et des besoins spécifiques identifiés en matière d'enseignes.

Des règles plus restrictives que la réglementation nationale sont toutefois aussi imposées afin d'assurer l'intégration paysagère de ce type d'enseignes dans le paysage urbain, tout en restant un peu plus souples que dans les centres historiques :

- une saillie maximum de 1 mètres en bordure des voies dont la largeur entre les deux alignements est supérieure à 10 mètres.
- une hauteur limitée à 1 mètre.

Seuls les espaces concernés par l'aire d'adhésion du Parc National du Luberon sont concernés par des dispositions plus restrictives, conformément à la charte de signalétique. Ainsi, les dimensions sont limitées 0,6m X 0,6m, soit une surface de 0,36 m².

C.3.6 | Dispositions applicables aux enseignes apposées sur une clôture

Concernant les enseignes sur clôture, face à la souplesse des règles nationales (pas de règle de densité cumulée imposée, ni de format dans le code de l'environnement), il est apparu indispensable d'imposer ici aussi un nombre et un format maximum pour une meilleure intégration paysagère de ces enseignes.

Spécificités des ZP1a, ZP1b et ZP2a, ZP2a1, ZP2b, ZP2c, ZP2d et ZP3a, ZP3b, ZP3c :

Pour des raisons d'intégration urbaine et esthétique, le RLPi interdit ce type d'enseigne sur clôture en Site Patrimonial Remarquable et impose l'interdiction d'affichage sur des clôtures non aveugles (de type grille, grillage, palissade...) dans les autres zones. La possibilité de se signaler pour les activités demeure donc avec ce type d'enseigne sur des supports aveugles déjà existants. Ces clôtures constituent en effet un support pour l'installation d'enseignes notamment lorsque les établissements sont placés en retrait de la voie publique et donc peu visibles.

De manière générale, le RLPi impose également :

- un nombre limité d'enseigne apposée sur mur de clôture à 1 dispositif maximum par côté de voie bordant l'activité
- un format maximum fixé entre 0,5 et 1m² et une saillie maximale de 0,10m.
- que les supports souples de type bâche sont interdits

Spécificités des ZP4a, ZP4b, ZP4b1, ZP4b2, ZP4c :

Dans les zones économiques, le RLPi permet l'affichage également sur clôture non aveugle. Les règles densité et de format restant similaire aux zones précédentes, à savoir 1 dispositif maximum par activité et 1m².

Enfin dans un but de préservation des espaces d'intérêt patrimoniaux et paysagers, ce type de dispositifs est strictement interdit sur clôture non aveugles en Site Patrimonial remarquable, dans le Parc Naturel Régional du Luberon ainsi qu'en ZP4b1 et ZP4b2.

Spécificités des ZP5a, ZP5b et ZP5c :

Dans ces zones où les activités sont plus souvent implantées en recul des axes, le format autorisé est plus souple que dans les autres secteurs. Ce dernier pouvant atteindre 1,5 m².

En ZP5a et ZP5c l'enseigne peut être apposée uniquement sur un mur ou un portail aveugle.

C.3.7 | Dispositions applicables aux enseignes installées directement sur le sol

Les enseignes installées directement sur le sol, à l'image de celles scellées au sol présenté ci-après, permettent bien souvent aux commerces dont les locaux sont situés en retrait de la voie publique d'être visible des piétons et automobilistes depuis l'axe bordant l'activité. Il s'agit bien souvent de dispositifs de petite taille ou de taille modérée, ne nécessitant pas d'être scellé au sol à l'image des chevalets, portes-menu, oriflammes, ect...

Toutefois, au regard de leur proximité à la voie publique voire de leur empiètement sur le domaine public (elles sont alors considérées comme des préenseignes) et au regard des règles relativement souples du Code de l'environnement, ces enseignes peuvent engendrer un impact significatif sur le paysage urbain (nombre, format).

En effet, les enseignes inférieures à 1m² ne sont pas limitées en nombre par le code de l'environnement.

Rappel des dispositions du Code de l'environnement (article R581-64 et 65) :

« Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. »

« I. - La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R. 581-64 est de 6 mètres carrés.

Elle est portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

II. - Ces enseignes ne peuvent dépasser :

1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;

2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large. »

Le RLPi autorise les enseignes installées directement au sol dans toutes les zones de publicité, dans la limite d'une seule enseigne par activité. Cette possibilité s'offre en complément des enseignes scellées au sol, elles aussi réglementées. Le format maximum autorisé est alors fixé à 1m² et ce dernier doit compter uniquement 2 faces.

Pour des raisons d'intégration urbaine, paysagère et préservation de la qualité du cadre de vie, le RLPi interdit les dispositifs de type oriflammes dans toutes les zones à l'exception des zones d'activités, ZP4a, ZP4b et ZP4c. En ZP2a1, les enseignes installées directement sur le sol sont interdites.

C.3.8 | Dispositions applicables aux enseignes scellées au sol

A l'instar des enseignes sur clôture, les enseignes scellées au sol peuvent s'avérer indispensables à la visibilité des activités lorsque les bâtiments sont placés en retrait de la voie publique et donc peu visibles. Afin de laisser la possibilité de se signaler, les enseignes scellées au sol sont autorisées dans presque toutes les zones. Elles sont interdites en cœur de ville et faubourg notamment, en raison de leur impact visuel et de la morphologie urbaine à l'alignement. Toutefois, au regard de leur proximité de la voie publique et de règles relativement souples du code de l'Environnement (non adaptées à la typologie de certains quartiers), ces enseignes peuvent engendrer un impact significatif sur le paysage urbain (nombre, format).

Rappel des dispositions du code de l'Environnement (article R581-64 et 65) :

« Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. »

« I. - La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R. 581-64 est de 6 mètres carrés.

Elle est portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

II. - Ces enseignes ne peuvent dépasser :

1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;

2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large. »

C'est pourquoi, le RLPi prévoit des dispositions réglementaires plus restrictives que celles du code de l'environnement afin de limiter l'emprise visuelle de ce type d'enseignes lorsqu'elles sont autorisées.

- Conformément au code de l'environnement **un seul dispositif scellé au sol est autorisé par activité** le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Pour aller plus loin et s'assurer que cette disposition permet bien d'éviter une surdensité de dispositifs scellés au sol le long des voies, le RLP impose le regroupement sur **des dispositifs mutualisés pour les activités exerçant sur une même unité foncière**.
- Une enseigne peut être scellée au sol uniquement **si le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée est implanté en recul de plus de 10 mètres du domaine public**. Il s'agit ici d'éviter l'installation d'une enseigne au sol si la façade commerciale (et donc l'enseigne apposée à plat ou parallèlement à celle-ci) est suffisamment visible depuis la voie publique.
- Le format et la hauteur des dispositifs est adapté au caractère de chaque zone, la hauteur adaptée en conséquence (hors ZP1a, ZP1b et ZP2a1) :
 - < 2m² par face en ZP2a ;
 - < 4m² par face en ZP2b, ZP2c, ZP2d, ZP3, ZP4a et ZP5a porté à 6m² pour les dispositifs mutualisés ;
 - < 6m² par face en ZP4b et ZP5b;

- < 8m² par face en ZP4c portée à 10m² pour les dispositifs mutualisés par exception dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants;
- 4m de haut, porté à 6.5m pour toutes les zones sauf ZP4a, ZP4b et ZP4c où la hauteur est celle fixée par le code de l'environnement.

Des dispositions particulières sont imposées lorsque l'enseigne se situe dans le Parc Naturel Régional du Luberon la limitant à 2m² ou 4m² suivant la zone. Elles sont interdites en ZP5c ainsi qu'en ZP2a1.

- Il est imposé à ce qu'un dispositif compte 2 faces maximum.

C.3.9 | Dispositions applicables aux enseignes apposées sur un store, un parasol ou un auvent

Une attention particulière est portée à ce type d'enseignes. Afin d'éviter l'installation d'enseigne de grand format, l'enseigne est limitée au tombant du store ou du parasol.

Dans les zones urbaines d'intérêt architectural et paysager (ZP1), au sein des quartiers résidentiels (ZP2), ainsi que sur les entrées de ville, territoire et traversées urbaines majeures (ZP3), une attention particulière est portée à ce type d'enseignes. Afin d'éviter l'installation d'enseigne de grand format, l'enseigne est limitée au tombant du store ou du parasol, plus discrètes.

C.3.10 | Dispositions applicables aux enseignes numériques

Au regard du fort impact visuel engendré par cette nouvelle forme d'enseignes, les enseignes numériques sont interdites en extérieur sur l'ensemble des zones à l'exception de la ZP4c, compte tenu de sa vocation commerciale où une seule enseigne lumineuse est autorisée par activité le long des voies ouvertes à condition que la longueur de l'unité foncière soit supérieure à 30 mètres linéaires. Sa surface unitaire est alors limitée à 4m² par face contre 8m² autorisé dans le code de l'environnement, à l'exception des activités et établissements culturels tels que cinémas, théâtres, musées, écoles d'art (liste fixée par arrêté du ministre chargé de la culture).

Enfin, en cohérence avec les évolutions législatives récentes (Loi du 21/08/2021 portant lutte contre le dérèglement climatique), le RLPi encadre dans toutes les zones les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. Ces nouveaux dispositifs se multiplient dans de nombreuses devantures commerciales et ont un impact visuel non négligeable sur le paysage urbain, notamment à l'échelle des centres villes.

Ainsi, le RLPi règlemente ce type de dispositif en :

- limitant leur nombre à 1 par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique ;
- leur imposant une surface à ne pas dépasser, soit 25% maximum de la surface de la baie derrière laquelle elle est installée, dans une limite d'1 m² pour l'ensemble des zones. Seules enseignes numériques situées dans les zones économiques ZP4a et ZP4b peuvent atteindre 2m² et 4m² en ZP4c, en cohérence avec le caractère de la zone.

Enfin, le RLPi précise que les règles d'extinction nocturne prévues pour les enseignes extérieures s'appliquent également aux enseignes lumineuses numériques en vitrine (23h00 - 7h00).

C.3.11 | Dispositions applicables à l'éclairage des enseignes

Considérant que l'éclairage d'une enseigne joue un rôle dans la perception du patrimoine architectural des centres-villes, l'éclairage est particulièrement réglementé en ZP1a et ZP1b.

Il est tout d'abord précisé que l'éclairage d'une enseigne n'est pas obligatoire.

Ensuite, en cohérence avec les prescriptions appliquées par l'architecte des bâtiments de France, le RLPi impose à ce que les enseignes lumineuses soient éclairées par projection ou transparence, en lumière indirecte par des spots discrets ou en lettres découpées rétroéclairées.

Des règles plus restrictives sont imposées en Site Patrimonial Remarquable où l'enseigne ne peut être éclairée que de manière indirecte. Les lettres découpées doivent être rétroéclairées par des LEDs placées à l'arrière de celles-ci. Les enseignes lumineuses par projection, les caissons lumineux et autres spots râteaux sont ainsi interdits.

Il est rappelé enfin que le RLPi impose également l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses (dont numériques) de 23h à 7h contre 01h à 6h imposés par le code de l'environnement.

En ZP5c, dans les hameaux hors des agglomérations, l'éclairage des enseignes est interdit pour atténuer notamment les sources de pollution lumineuse au sein des espaces naturels.

C.3.12 | Synthèse du règlement : enseignes

Cf. tableau ci-après par catégorie de zone

Catégorie d'enseigne	Règles		ZP1a	ZP1b
Densité et surface cumulée	Densité		4 enseignes par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique	
	Surface cumulée		Code de l'environnement	
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu			interdite	
Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	Nombre		2 enseignes par façade et par activité + 2 enseignes supp par tranche de 15m au-delà de la 1er (hors SPR)	
	Positionnement		Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR)	
	Dimension	Hauteur	20% de la hauteur de la façade (0,5m pour lettre en SPR)	
		Surface	PNR : - Façade < 50m ² : 25% / 3m ² max - Façade > 50m ² : 15% / 6m ² max Sur baie : 25% de la surface de la baie	
	Aspect		Lettrages et signes fixés sur le mur ou devanture ou peints	
	Plaque professionnelle		0,03m ²	
Enseigne apposée perpendiculairement à un mur	Nombre		1 par façade et par activité	
	Positionnement		Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR)	
	Dimension	Hauteur	0,8m et 0,5m en SPR / 2,50m par rapport à la chaussée	
		Epaisseur	4cm en SPR	
	Saillie	1/10 de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, si alignements > 8m alors saillie 0,8m		
Enseigne apposée à une clôture	Nombre		1 par activité (interdit en SPR)	
	Saillie		0.10m	
	Dimension		1 m ²	
	Aspect		Bâches et supports souples interdits	
Enseigne installée directement sur le sol	Nombre		1 par activité	
	Dimension		1 m ² par face (2 faces max)	
	Aspect		Oriflammes interdits	
Enseigne scellée au sol	Nombre		interdite	
	Positionnement			
	Dimension			
	Hauteur			
Enseigne apposée sur un store, parasol ou auvent			Uniquement en lambrequin (tombant) du store ou parasol	
Enseigne numérique	Intérieur	Nombre	1	
		Dimension	25% de la surface de la baie, 1 m ²	
	Extérieur		interdite	
Eclairage			Non obligatoire, par projection ou transparence, pas de lumière directe	
	En SPR		Eclairé indirectement : projection, caissons lumineux, spots râteaux interdits	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Catégorie d'enseigne	Règles		ZP2a1	ZP2a	ZP2b	ZP2c	ZP2d
Densité et surface cumulée	Densité			4 enseignes par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique			
	Surface cumulée			Code de l'environnement			
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu			interdit				
Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	Nombre			2 enseignes par façade et par activité + 2 enseignes supplémentaire par tranche de 15m au-delà de la 1 ^{ère} (hors SPR) ZP2a1 : 1 enseigne max			
	Positionnement			Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR)			
	Dimension	Hauteur		20% de la hauteur de la façade (0,5m pour lettre en SPR)			
		Surface		PNR : - Façade < 50m ² : 25% / 6m ² max - Façade > 50m ² : 15% / 8m ² max ZP2a1 : 0,5m ² max Sur baie : 25% de la surface de la baie			
	Aspect			Seuls les lettrages et signes peuvent être opaques SPR : lettres découpées ou peintes, uniquement nom de l'activité ZP2a1 : enseignes sur baies interdites			
	Plaque professionnelle			0,03m ²			
Enseigne apposée perpendiculairement à un mur	Nombre		interdit	1 par façade et par activité			
	Positionnement			Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1 ^{er} en SPR)			
	Dimension	Hauteur		0.8m / 0.5m en SPR / 2,50m par rapport à la chaussée			
		Epaisseur					
Saillie		1/10 de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, si alignements > 8m alors saillie 0,8m					
Enseigne apposée à une clôture	Nombre			1 par activité, sur mur aveugle ou portail, interdite sur grillage, palissade, claustra en bois... ZP2a1 : uniquement si recul du bâtiment > 10m SPR : interdite sur clôture aveugle ou non aveugle			
	Saillie			0.10m			
	Dimension			1 m ² / ZP2a1 : 0.5m ²			
	Aspect			Bâches et supports souples interdits			
Enseigne installée directement sur le sol	Nombre		interdit	1 par activité ZP2a1 : interdite			
	Dimension			1 m ² par face (2 faces max)			
	Aspect			Oriflammes interdits			
Enseigne scellée au sol	Nombre		interdit	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation du public bordant l'immeuble où l'activité est installée			
	Positionnement			Admis si bâtiment en recul de 10m du domaine public			
	Dimension			2m ²	4 m ² portées à 6 m ² pour les dispositifs signalant plus de 4 activités (2 m ² en PNR)		
	Hauteur			4m portées à 6,5m pour les dispositifs mutualisées			
Enseigne apposée sur un store, parasol ou auvent			Uniquement en lambrequin (tombant) du store ou parasol				
Enseigne numérique	Intérieur	Nombre	interdit	1			
		Dimension		25% de la surface de la baie, 1 m ²			
	Extérieur			interdit			
Eclairage			Sans objet				

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Catégorie d'enseigne	Règles		ZP3a	ZP3b	ZP3c
Densité et surface cumulée	Densité		4 enseignes par activité le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique		
	Surface cumulée		Code de l'environnement		
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu			interdit		
Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	Nombre		2 enseignes par façade et par activité + 2 enseignes supp par tranche de 15m au-delà de la 1er		
	Positionnement		Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR)		
	Dimension	Hauteur	20% de la hauteur de la façade (0,5m pour lettre en SPR)		
		Surface	PNR : - Façade < 50m ² : 25% / 6m ² max - Façade > 50m ² : 15% / 8m ² max 25% de la surface de la baie		
	Aspect		Seuls les lettrages et signes peuvent être opaques SPR : lettres découpées ou peintes, uniquement nom de l'activité		
	Plaque professionnelle		0,03m ²		
Enseigne apposée perpendiculairement à un mur	Nombre		1 par façade et par activité		
	Positionnement		Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR)		
	Dimension	Hauteur	0.8m		
		Epaisseur	/		
Saillie		1/10 de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, si alignements > 8m alors saillie 0,8m			
Enseigne apposée à une clôture	Nombre		1 par activité, sur mur aveugle ou portail, interdit sur grillage, palissade, claustra en bois... SPR : interdite sur clôture aveugle ou non aveugle		
	Saillie		0.10m		
	Dimension		1 m ²		
	Aspect		Bâches et supports souples interdits		
Enseigne installée directement sur le sol	Nombre		1 par activité		
	Dimension		1 m ² par face (2 faces max)		
	Aspect		Oriflammes interdits		
Enseigne scellée au sol	Nombre		1 enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation du public bordant l'immeuble où l'activité est installée		
	Positionnement		Admis si bâtiment en recul de 10m du domaine public		
	Dimension		4 m ² portées à 6 m ² pour les dispositifs signalant plus de 4 activités (2 m ² en PNR)		
	Hauteur		4m portées à 6,5m pour les dispositifs mutualisées		
Enseigne apposée sur un store, parasol ou auvent			Uniquement en lambrequin (tombant) du store ou parasol		
Enseigne numérique	Intérieur	Nombre	1		
		Dimension	25% de la surface de la baie, 1 m ²		
	Extérieur		interdit		
Eclairage			Sans objet		

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Catégorie d'enseigne	Règles		ZP4a	ZP4b	ZP4b1	ZP4b2	ZP4c
Densité et surface cumulée	Densité		Sans objet				
	Surface cumulée		Code de l'environnement (20% en ZP4b1 et ZP4b2)				
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu			interdite sauf activités > 1000m ² (voir conditions ZP4c)	interdite		1 enseigne, 2m (h), lettres ou signes découpés dissimulant sa fixation et sans panneaux de fond	
Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	Nombre		Code de l'environnement à l'exception des PNR : - Façades < 50m ² : 25% / 8m ² max - 50m ² <façade<200m ² : 15% / 12m ² max - Façade >200m ² : 25m ² Activité en étage : installé à la hauteur du rdc, en cas de dérogation les lettres et signes doivent être découpés				
	Positionnement						
	Dimension	Hauteur					
		Surface					
	Aspect						
Plaque professionnelle		/					
Enseigne apposée perpendiculairement à un mur	Nombre		/				
	Positionnement		/				
	Dimension	Hauteur	1m				
		Épaisseur	/				
	Saillie	1/10 de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, si alignements > 10m alors saillie 1m					
Enseigne apposée à une clôture	Nombre		1 par activité le long des chacune des voies ouvertes à la circulation publique				
	Saillie		0,10m				
	Dimension		1 m ²				
	Aspect		Interdite en ZP4b1/b2 et sur clôtures non aveugles en PNR				
Enseigne installée directement sur le sol	Nombre		1 par activité				
	Dimension		1 m ² par face (2 faces max)				
	Aspect		/				
Enseigne scellée au sol	Nombre		1 enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation du public bordant l'immeuble où l'activité est installée				
	Positionnement		Admis si bâtiment en recul de 10m du domaine public				
	Dimension		4m ² 6m ² totems signalant plus de 4 activités	Agglo < 10 000 hab : 6m ² Agglo > 10 000 hab : 8m ² pour totems > 4 activités		Agglo < 10 000 hab : 6m ² Agglo > 10 000 hab : 8m ² et 10.5m ² pour totem > 4 activités	
			PNR : 2m ² par face ou 3m ² sur totem				
Hauteur		4m du sol, code de l'environnement pour les dispo de plus de 4m ²					
Enseigne apposée sur un store, parasol ou auvent			Sans objet				
Enseigne numérique	Intérieur	Nombre	1				
		Dimension	2m ²		4m ²		
	Extérieur		interdit			1 par activité si l'unité foncière > 30 m linéaires	
Eclairage			Sans objet				

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

Catégorie d'enseigne	Règles	ZP5a	ZP5b	ZP5c	
Densité et surface cumulée	Densité	Sans objet		4 / voie ouverte	
	Surface cumulée	Code de l'environnement			
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu		interdite			
Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur	Nombre	Code de l'environnement		2 enseignes par façade et par activité Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR) Hauteur : 20% de la hauteur de la façade (SPR : lettre 0,5m) Sur baie : 25% de la surface de la baie	
	Positionnement	à l'exception des PNR : façades < 50m ² : 2m ² max (hauteur de lettre 0,45m), façade > 50m ² : 6m ² (hauteur de lettres 0,60m)			
	Dimension	Hauteur			
		Surface			
	Aspect	Activité en étage : installé à la hauteur du rdc, en cas de dérogation les lettres et signes doivent être découpés			
Plaque professionnelle	0,03m ²				
Enseigne apposée perpendiculairement à un mur	Nombre	1 enseigne par façade et par activité			
	Positionnement			Niveau inférieur des appuis de fenêtre ou balcon du 1er (plancher du 1er en SPR). Hauteur : 0,8m	
	Dimension	Hauteur	Hauteur : 1m Dans les PNR : 0,36m ² , 0,6m (h), 0,6m(l)		
		Epaisseur			
Saillie		1/10 de la distance séparant 2 alignements de la voie publique, si alignements > 10m alors saillie 1m			
Enseigne apposée à une clôture	Nombre	1 par activité le long des chacune des voies ouvertes à la circulation publique Interdite sur mur non aveugle en ZP5a et ZP5c. SPR : interdite sur clôture aveugle ou non aveugle.			
	Saillie	0,10m			
	Dimension	1,5m ²			
	Aspect	Bâches et supports souples interdit			
Enseigne installée directement sur le sol	Nombre	1 par activité			
	Dimension	1 m ² par face (2 faces max)			
	Aspect	Oriflammes interdits			
Enseigne scellée au sol	Nombre	1 enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation du public bordant l'immeuble où l'activité est installée		Interdite	
	Positionnement	Admis si bâtiment en recul de 10m du domaine public			
	Dimension	Grand site Concors : 4m ² 2m ² PNR : 0,80m ²	Grand site Concors : 6m ² 4m ² PNR : 0,80m ²		
		Hauteur	4m du sol, 6,5m pour les dispositifs de plus de 4m ² PNR : 2,5m		
Enseigne apposée sur un store, parasol ou auvent		Sans objet		Admise uniquement sur lambrequin	
Enseigne numérique	Intérieur	Nombre	1		
		Dimension	25% de la surface de la baie, 1 m ²		
	Extérieur	interdit			
Eclairage		Sans objet		interdite	

Tableau de synthèse non exhaustif – Se référer au règlement

C.4 | Compatibilité du RLPi avec la Charte du Parc Naturel Régional du Luberon

L'article L581-14 du code de l'environnement impose à ce que le RLPi soit compatible avec la charte du Parc Naturel Régional du Luberon :

« Le cas échéant, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L. 331-3.

Sur le territoire d'un parc naturel régional, le règlement local de publicité peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc.

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte. »

La compatibilité du RLPi avec la charte est analysée ci-dessous :

La commune de Pertuis s'inscrit dans le périmètre du Parc Naturel Régional du Luberon.

Zonage du RLPi
La commune du Pertuis dans son intégralité fait partie du périmètre du PNR. Les zonages incluent dans le périmètre sont la ZP1a, ZP2a, ZP3a, ZP4b et ZP5a.

Les orientations et mesures de la charte du PNR en lien avec l'affichage publicitaire sont les suivantes :

- *Orientation A.3 Protéger les paysages et valoriser le patrimoine culturel*
- *Orientation B.2 Améliorer le cadre de vie et la qualité de la vie*
- *Orientation C.3 Améliorer les performances environnementales et l'attractivité des parcs d'activités et des entreprises*

Le projet de RLPi est donc compatible avec la charte du Parc Naturel Régional du Luberon et la charte de signalétique.

Zones	Règles	Règlement		Charte du PNR	
ZP1a	Affichage mural ou scellé au sol non lumineux	INTERDIT		INTERDIT	
	Affichage sur mobilier urbain	INTERDIT		INTERDIT	
	Publicité lumineuse ou numérique	INTERDIT		INTERDIT	
ZP2a	Affichage mural ou scellé au sol non lumineux	INTERDIT		INTERDIT	
	Affichage sur mobilier urbain	INTERDIT		INTERDIT	
	Publicité lumineuse ou numérique	INTERDIT		INTERDIT	
ZP3a	Affichage mural	4m ²	1 par UF < 30m 2 par UF > 80m	4m ²	1 par UF 15 à 30m par UF
	Affichage scellé ou installé directement au sol		30m < 1 par UF < 80m		
	Affichage sur mobilier urbain	2m ²		20m 2m ²	
	Publicité lumineuse ou numérique	INTERDIT		INTERDIT	
ZP4b	Affichage mural	4m ²	1 par UF < 30m	4m ²	1 par UF 15 à 30m par UF
	Affichage scellé ou installé directement au sol		1 par UF > 30m		
	Affichage sur mobilier urbain	2 m ²		20m 2m ²	
	Publicité lumineuse ou numérique	INTERDIT		INTERDIT	
ZP5a	Affichage mural ou scellé au sol non lumineux	INTERDIT		INTERDIT	
	Affichage sur mobilier urbain	INTERDIT		INTERDIT	
	Publicité lumineuse ou numérique	INTERDIT		INTERDIT	
Toutes zones confondues	Petits formats, micro-affichage	INTERDIT EN ZP1a et ZP5 0,5 m ² dans les autres zones		INTERDIT	
	Bâches de chantier, publicitaires	Code de l'environnement		INTERDIT	
	Véhicules terrestres	INTERDIT (code de l'environnement, art. R.581-48)		INTERDIT	



S'informer

ampmetropole.fr

