

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS

Séance du Comité Syndical du 9 Février 2026



DCS n°2026-08

Date de convocation :
27 Janvier 2026

Délégués en
exercice : 48

Titulaires : 22
Suppléants : 4
Absents non
remplacés : 22

Quorum : 25

Votants : 26

L'an deux mille vingt-six, le neuf février, à quatorze heures cinquante, le Comité Syndical s'est réuni au siège du Syndicat Mixte du Bassin de Vie d'Avignon, au nombre prescrit par la loi, sous la Présidence de Pascale BORIES, la Présidente.

ÉTAIENT PRÉSENTS :

M. Paul-Roger GONTARD, Mme Cécile HELLE, M. Claude MOREL, M. Steve SOLER, Mme Jeanine DRAY, M. Pierre JOUVENAL, M. Patrick SANDEVOIR, M. Michel BERARDO, M. Joël GUIN, M. Hervé BERENGUER, Mme Pascale BORIES, Mme Nathalie LE GOFF, M. Michel TERRISSE, M. Stéphane MICHEL, M. Fulgencio BERNAL, M. Stéphane GARCIA, M. Thierry VERMEILLE, M. Xavier MARQUOT, M. Pascal CROZET, M. Marc GABRIEL, Mme Patricia LISPAL-GONDRAN, Mme Florence GOURLOT.

ÉTAIENT ABSENTS REPRÉSENTÉS :

M. Daniel BELLEGARDE représenté par Mme Dominique ANCEY
M. Patrick SUISSE représenté par Mme Danielle MERIALDO
M. Michel DOUCENDE représenté par M. Jean-Marc BORIE
M. Yann BOMPARD représenté par M. Pierre MARQUESTAUT

ÉTAIENT ABSENTS NON REPRÉSENTÉS :

M. Joël PEYRE (Excusé), Mme Aurore CHANTY (Excusée), Mme Annick DUBOIS (Excusée), M. Franck JOUSSELIN (Excusé), M. Serge MALEN (Excusé), M. Jacques DEMANSE (Excusé), M. Yvan BOURELLY (Excusé), M. Jean BERARD (Excusé), M. Jean Claude RUSCELLI (Excusé), M. Christian GROS (Excusé), M. Didier CARLE (Excusé), Mme Pascale CHUDZIKIEWICZ (Excusée), M. Christophe REYNIER-DUVAL (Excusé), M. Claude AVRIL (Excusé), M. Jean-Pierre FENOUIL (Excusé), M. Nicolas PAGET (Excusé), Mme Claudine MAFFRE (Excusée), M. Denis SABON (Excusé), Mme Christine WINKELMANN (Excusée), M. Fabrice LEAUNE (Excusé), M. Louis DRIEY (Excusé), M. Joseph SAURA (Excusé).

Secrétaire de séance : Mme Jeanine DRAY

OBJET : Avis du Syndicat Mixte du SCOT du Bassin de Vie d'Avignon dans le cadre de la consultation pour l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune d'Avignon

Rapporteure : Pascale BORIES

Madame la Présidente rappelle le contexte de la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune d'Avignon, prescrite le 19 décembre 2020 et arrêtée le 29 novembre 2025.

Le SMBVA a reçu le projet en date du 12 janvier 2026, et a jusqu'au 12 avril 2026 pour émettre un avis.

Le RLP d'Avignon se structure en plusieurs parties distinctes :

- Le diagnostic.
- Les orientations
- Le zonage et le règlement.

Madame la Présidente présente ensuite le projet de RLP

La délibération de prescription fixe plusieurs objectifs auxquels le règlement devra répondre :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur les paysages et les éléments patrimoniaux de la ville qui constituent un des facteurs importants de l'attractivité touristique, commerciale et résidentielle d'Avignon ;
- Assurer la qualité visuelle et paysagère des principales entrées de ville (route de Marseille, route de Tarascon, etc) ;
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire communal pour renforcer son identité ;
- Limiter la pollution visuelle des dispositifs publicitaires en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation ;
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicité liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication

Le diagnostic fait ressortir plusieurs enjeux concernant la préservation du cadre paysager et patrimonial, la limitation de la pollution visuelle, la qualité visuelle et paysagère des entrées de ville, la gestion spécifique des zones d'activités et commerciales, la préservation de l'accueil touristique.

Pour son nouveau Règlement local de Publicité, la ville d'Avignon fixe 1 orientation générale et 5 orientations ciblées déclinées ensuite en objectifs :

A/ Orientation générale :

Orientation : Un territoire à la richesse patrimoniale reconnue qu'il convient de préserver de l'affichage extérieur

B/ Orientations en matière de publicités et préenseignes :

Orientation 1 - Améliorer la qualité des entrées de ville et des grandes traversées urbaines de la commune

- › Proscrire le format 12 m² tout en conservant un format adapté à la lisibilité des messages publicitaires sur l'ensemble de ces axes urbains.
- › Réduire la densité des panneaux publicitaires.
- › Réduire la densité des préenseignes en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les préenseignes engendrent une fermeture du paysage.
- › Encadrer l'esthétique des panneaux publicitaires (couleurs, monopied à privilégier, ...).

Orientation 2 - Préserver le site patrimonial remarquable, valoriser ses abords

- › Conserver les possibilités d'affichage en intra-muros, tout en limitant strictement le type de support autorisé, le format et la densité
- › Réduire l'emprise publicitaire et valoriser la zone du tour des remparts

Orientation 3 - Encadrer l'affichage publicitaire dans les quartiers résidentiels

- › Encadrer l'affichage publicitaire dans les quartiers à vocation essentiellement résidentielle

C/ Orientations en matière d'enseignes :

Orientation 4 - Réduire l'impact visuel des enseignes, en particulier sur les traversées de zones commerciales et le long des grandes pénétrantes urbaines

- › Réduire la densité et le format des enseignes scellées au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.
- › Encadrer les enseignes sur murs de clôture et les toitures.

Orientation 5 - Assurer l'intégration architecturale des enseignes

- › Encadrer la densité et le format des enseignes afin d'assurer la lisibilité des façades.
- › Travailler la qualité des enseignes, leur intégration au bâti

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

Quatre zones de publicité ont ainsi été définies :

- La zone 1 (ZP1) couvre le reste du centre historique (SPR) et la zone du tour des remparts.
- La zone 2 (ZP2) couvre les zones résidentielles et les tissus urbains mixtes.
- La zone 3 (ZP3) couvre les zones d'activités économiques et commerciales.
- La zone 4 (ZP4) couvre les secteurs hors agglomération en zones naturelles et agricoles. Toute publicité et pré-enseigne étant interdite hors agglomération, ces espaces ne sont concernés que par les règles relatives aux enseignes.

Par ailleurs, deux trames thématiques spécifiques ont également été déterminées :

- La trame 1 « Espaces vitrines et entrées de ville » couvre les entrées de ville présentant soit un caractère emblématique à préserver soit un enjeu de requalification, et les portions d'axes sensibles.
- La trame 2 « Patrimoine bâti et végétal » étant la plus restrictive, elle s'impose en cas de superposition.

L'analyse précise et détaillée du projet de Règlement Local de Publicité de la commune d'Avignon est annexée à la présente délibération.

Madame la Présidente fait la synthèse générale en rapportant que le projet de RLP d'Avignon s'inscrit en compatibilité avec le SCOT du Bassin de Vie d'Avignon récemment approuvé. Il fait partie des outils à mobiliser afin de garantir une plus grande qualité paysagère des entrées de villes et le long des principaux axes routiers et permet, via ses orientations, de répondre aux enjeux du SCOT. Elle précise qu'un complément aurait pu être apporté pour faire le lien avec le RLP du Pontet sur les axes partagés avec la commune d'Avignon.

Considérant que le Bureau Syndical, réuni le lundi 26 janvier 2026, a émis un avis favorable.

Considérant que le quorum est atteint et qu'en conséquence la validité des délibérations est assurée,
Après avoir entendu la rapporteure,

Après en avoir délibéré, le Comité Syndical :

- APPROUVE les termes de la contribution relative à l'analyse du projet Règlement Local de Publicité de la commune d'Avignon annexée à la présente délibération,
- EMET un avis favorable sur le projet de Règlement Local de Publicité

La délibération est adoptée.

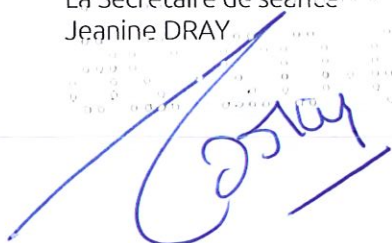
Vote du Comité :

- POUR : 26
- CONTRE : 0
- ABSTENTION : 0

La Présidente,

- certifie sous sa responsabilité le caractère exécutoire de cet acte,
- informe que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de la présente notification.

La Secrétaire de séance
Jeanine DRAY



La Présidente
Pascale BORIES

