

Publicités



Pré-enseignes



Enseignes

Règlement Local de Publicité

des Baux-de-Provence

Elaboration prescrite le 05/12/2022

Arrêté le 04/12/2024

Approuvé le 02/07/2025

Rapport de présentation

REÇU EN PREFECTURE
le 09/07/2025
Application agréée E-legalite.com
21_RP-013-211300116-20250702-2025_26-DE

SOMMAIRE

PREAMBULE

I. Contexte législatif et réglementaire	3
II. Les différentes zones de publicité	3
III. Les dispositifs publicitaires concernés par le RLP	4

PARTIE 1 : DIAGNOSTIC

Chapitre 1 : Contexte communal	7
I. Contexte géographique et démographique	7
II. Contexte paysager du territoire	8
III. Contexte patrimonial du territoire	12
IV. Contexte viaire	15
V. Contexte économique du territoire	15
Chapitre 2 : Contexte réglementaire en matière de publicité	17
I. Le périmètre « d'agglomération »	17
II. Les périmètres urbains et environnementaux réglementaires	20
III. Les règles relatives à la taille des agglomérations	25
Chapitre 3 : Bilan du RLP en vigueur	34
I. Présentation Générale	34
II. Les zones de publicités en vigueur	34
III. Synthèse des principales règles	34
Chapitre 4 : État des lieux des publicités et enseignes et enjeux	36
I. État des lieux général	36
II. État des lieux par secteur	36
Chapitre 5 : Synthèse des enjeux par secteur	51
I. Enjeux en matière de publicité	51

II. Enjeux en matière d'enseignes	51
-----------------------------------	----

PARTIE 2 : ORIENTATIONS

3	52
I. Orientation 1 - Préserver et mettre en valeur l'identité des Baux-de-Provence, ses richesses paysagères et patrimoniales	53
II. Orientation 2 - Assurer la visibilité des activités économiques et culturelles locales	55

PARTIE 3 : JUSTIFICATION DES CHOIX

6	56
Chapitre 1 : Délimitation des zones du règlement local de publicité	57
I. ZP1 : La Cité des Baux	57
II. ZP2 : Le reste du territoire (hors agglomération)	57
Chapitre 2 : Choix retenus pour la partie réglementaire	58
I. Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	58
II. Dispositions relatives aux enseignes	59
III. Synthèse générale	63

Préambule

I. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet **l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par l'ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais dans le Code de l'Environnement le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et entrée en vigueur le 1er juillet de la même année. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de supports publicitaires nouveaux (numériques, ...). Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit – sauf exceptions, depuis la réforme de 2012, de manière **plus restrictive** que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le régime général continue à s'appliquer.

II. Les différentes zones de publicité

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par **le Code de l'Environnement, le Code de l'urbanisme et le Code de la Route**.

Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, le RLP définit **des zones de publicités** au sein desquelles sont applicables des règles spécifiques.

Des dispositions générales à l'ensemble du territoire communal peuvent également être définies.

III. Les dispositifs publicitaires concernés par le RLP

1. Trois dispositifs concernés

1.1. L'enseigne (article L581-3 du CE)

Définition : 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 ;
- 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,...).

Les principales enseignes sont les suivantes :



1/ Enseigne installée sur une toiture ou terrasse en tenant lieu

2/ Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur (de façade ou de clôture)

3/ Enseigne apposée perpendiculairement à un mur

4/ Enseigne scellée ou installée directement sur le sol

5/ Enseigne apposée sur un store, un auvent

Exemples



1.2. La publicité (article L.581-3 du CE)

Définition : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et préenseignes.

Exemples (en dehors du territoire communal)



1.3. La préenseigne (article L581-3 du CE)

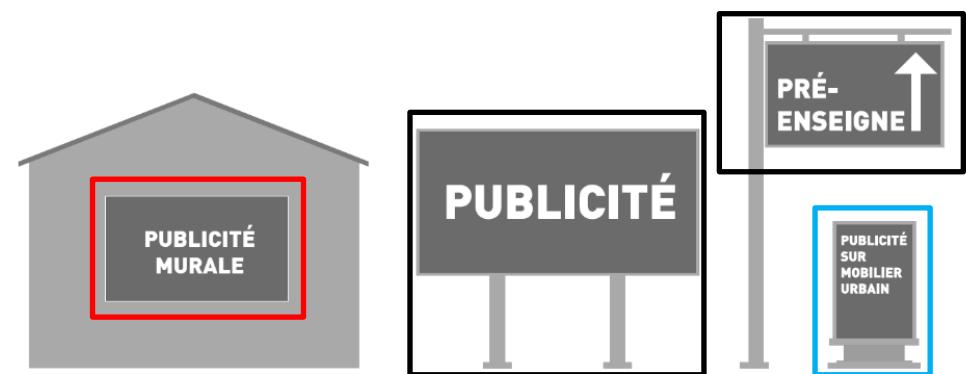
Définition : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée. Bien que très proche de la définition de l'enseigne, la préenseigne s'en distingue toutefois par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble où s'exerce l'activité signalée alors que la préenseigne est implantée sur un immeuble matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.

Exemple (en dehors du territoire communal)



Conformément à l'article L.581-19, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Les principales publicités/préenseignes sont les suivantes :



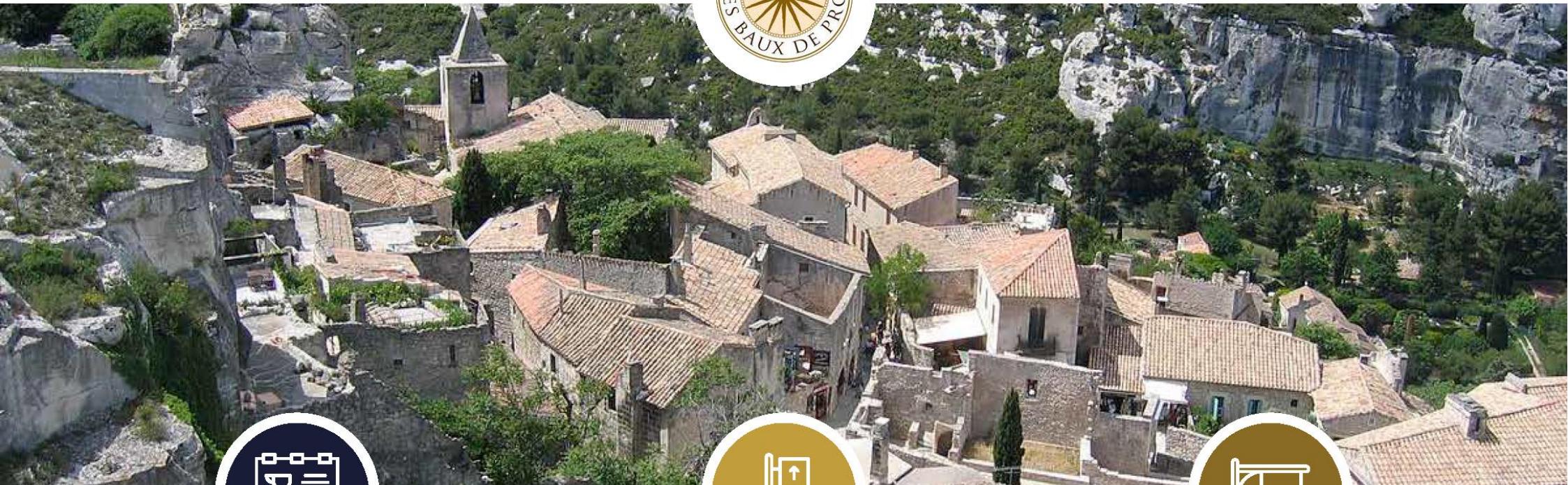
1/ Publicité apposée sur un mur

2/ Publicité scellée ou installée directement sur le sol

3/ Publicité supportée par du mobilier urbain

Les dispositifs concernés dans le cadre du RLP sont **ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique**, c'est-à-dire toutes 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.



Partie 1 : DIAGNOSTIC

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

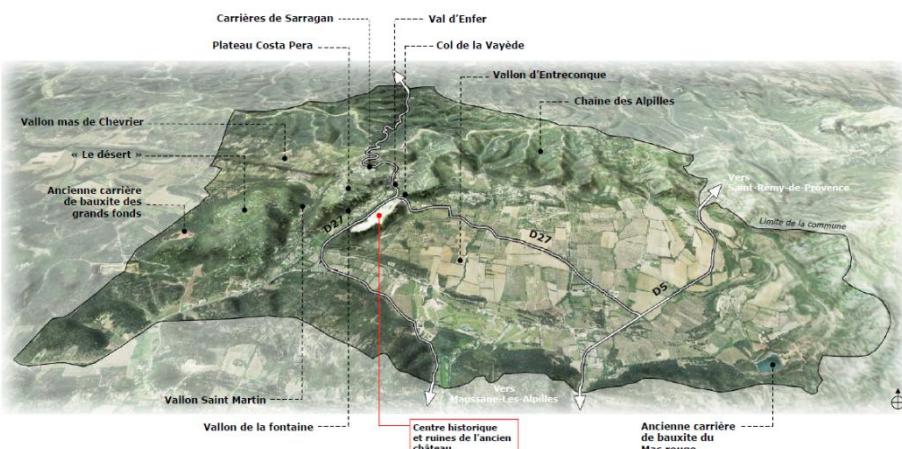
21_RP-013-211300116-24250702-2025_26-DE

Chapitre 1 : Contexte communal

I. Contexte géographique et démographique

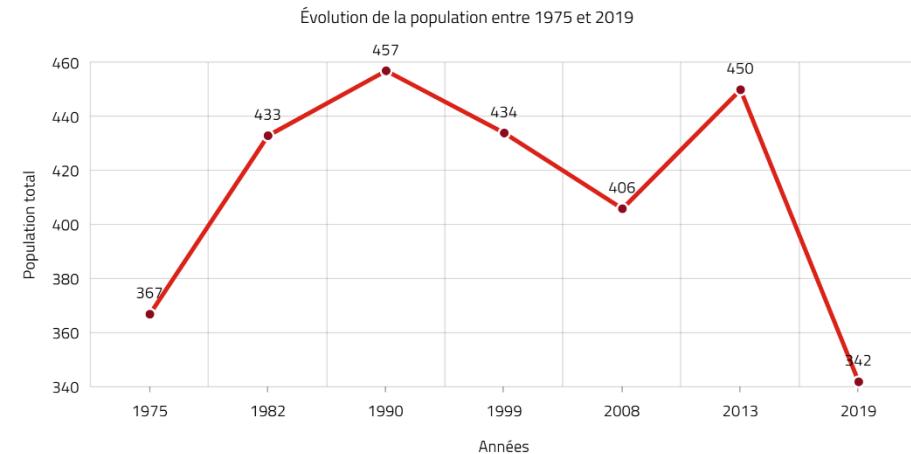
Le territoire de la commune des Baux-de-Provence s'étend sur environ 18km² au nord-ouest du département des Bouches-du-Rhône, au cœur du Parc Naturel Régional des Alpilles, sur un plateau rocheux, dominant Arles et la Camargue. Il se place entre deux importantes zones géographiques du département : la plaine de la Crau au Sud et la chaîne des Alpilles au Nord.

Les Baux-de-Provence sont un haut lieu touristique, classé et labellisé, à rayonnement international, avec aujourd'hui près de 1,5 millions de visiteurs chaque année. Résolument tournée vers un tourisme haut de gamme avec des hôtels 4 et 5 étoiles pour la plupart, la Commune compte aussi une vingtaine de restaurants, et une soixantaine d'établissements commerciaux dont la plupart se situent dans le village historique.



La commune abrite **315 habitants en 2020**, dont seulement 22 dans l'enceinte de son village historique. Elle enregistre une baisse importante de sa population depuis 2013, alors qu'elle avait connu un regain démographique entre 2008 et 2013. Le ralentissement de la croissance démographique traduit l'ampleur des contraintes qui pèsent sur le site dans la conception actuelle de l'urbanisation et de la protection du milieu.

Les Baux de Provence connaissent un **vieillissement tendanciel de leur population** marqué par un renforcement des plus de 60 ans qui représentent 73,4% de la population, et une diminution de la jeunesse sur son territoire. L'enjeu de l'accompagnement des personnes âgées les plus vulnérables est important.



Le parc résidentiel est composé de **maisons individuelles anciennes** tandis que le village historique est classé patrimoine historique remarquable. La part de résidences secondaires atteint les 40% sur la commune.

La commune des Baux de Provence se développe autour de son village historique, perché dans les hauteurs de la chaîne des Alpilles. Au sommet, le Château des Baux constitue son point d'ancre et son épicentre.

Elle se décompose en **trois entités territoriales** :

- Le village historique dense
- Le tissu communal
- Les terrains agricoles et naturels

II. Contexte paysager du territoire

La commune des Baux-de-Provence fait partie des unités paysagères du Massif des Alpilles selon l'atlas paysager des Bouches du Rhône.

« Alpilles, Provence enchantée, où le grondement de l'histoire se noie dans un univers poétique et de réflexion ; Alpilles, cœur du triangle sacré de Provence, entre Crau, Durance et Rhône, jaillissement de la substance, vaste vaisseau dont le relief vigoureux se détache en cette région prédestinée où les plus étonnantes rencontres vont se produire. » Maurice Pezet, écrivain et instituteur à Eygalières, en préambule de la charte du Parc Naturel Régional (PNR) de 2007



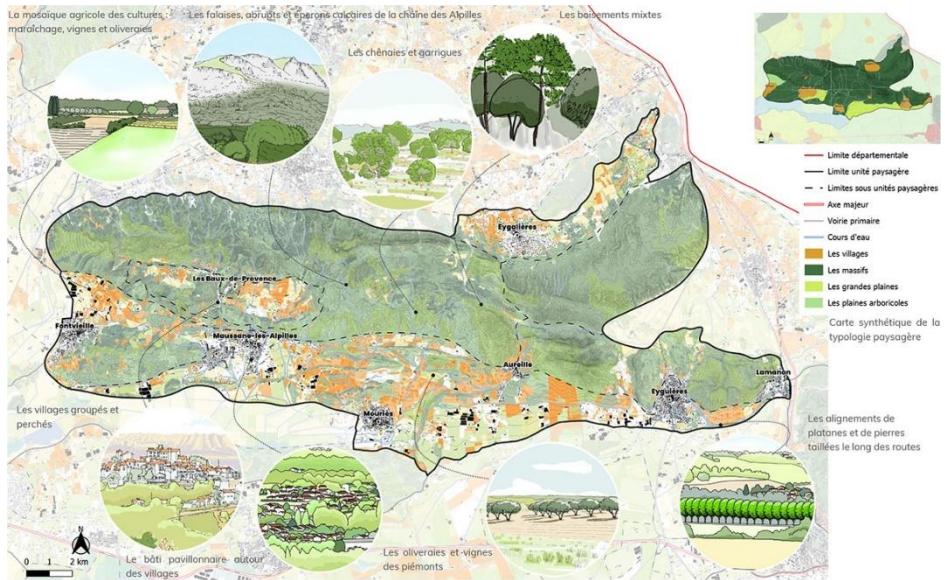
Le Massif des Alpilles et les plaines viticoles

1. Le Massif des Alpilles

Marqué de reliefs aiguisés par le mistral, le massif des Alpilles constitue un vaste ensemble calcaire avec une altitude modeste. Les falaises abruptes et les crêtes qui le traversent, surgissent au beau milieu des pinèdes et des garrigues. Les sentiers traversants sont bordés de bassins viticoles, d'ancienne carrières de calcaire, de vestiges antiques et de ruines antiques.

Les cyprès poussent dans la plaine et les oliviers d'étalement dans les valons, les cuvettes et les piémonts.

Ce vaste ensemble paysager regroupe les communes d'Aureille, des Baux-de-Provence, d'Eygalières, d'Eygues, de Fontvieille, de Lamanon, de Maussane-les-Alpilles, de Mouriès et du Paradou.



Les caractéristiques paysagères du Massif des Alpilles

Le massif des Alpilles abrite une biodiversité précieuse au cœur de ses vallons forestiers et humides. Le paysage végétal est dominé par les zones rocheuses, de garrigues et de pin d'Alep. On y trouve des espèces remarquables comme le circaète Jean le Blanc, l'aigle de Bonelli et le vautour percnoptère.

2. La Directive Paysagère des Alpilles

La loi du 8 janvier 1993 a défini un outil de protection et de gestion des paysages, « les directives de protection et de mise en valeur des paysages » dans le but de protéger et mettre en valeur les territoires remarquables. Au vu de la valeur patrimoniale, culturelle et économique de l'ensemble des Alpilles et les plaines qui les entourent, la Directive Paysagère des Alpilles (DPA) a vu le jour, conformément à la loi de 1993, afin de préserver son exceptionnelle qualité.

Cette directive de protection et de mise en valeur des paysages des Alpilles a pour objet d'offrir des références communes à l'ensemble des acteurs du territoire, afin de protéger les structures paysagères qui font l'identité du territoire, et d'accompagner le plus justement possible l'évolution des paysages. Cette directive, la première en France, a été approuvée le 29 janvier 2007, elle témoigne de la qualité exceptionnelle des paysages des Baux de Provence.

3. Le PNR des Alpilles

La commune des Baux-de-Provence se situe également au cœur du Parc Naturel Régional des Alpilles qui abrite des paysages et une biodiversité remarquables.

Le territoire des Alpilles est constitué des villes et villages compris dans le massif des Alpilles, petit relief préalpin de 30 km de long sur 10 de large dont le sommet, les Opies, culmine à 498 m. A la fois surexposées et confidentielles, les Alpilles sont un condensé de l'essence même de la Provence. Avec une densité de près de 100 habitants au km², le territoire attire et la population augmente d'année en année. Soumises à de fortes influences métropolitaines, entourées d'importantes agglomérations telles qu'Avignon, Nîmes, Montpellier, Arles, Salon-de-Provence et bien sûr Aix-en-Provence et Marseille, les communes du Parc des Alpilles sont plébiscitées pour leur cadre de vie naturel à proximité de grands bassins d'emplois.

3.1. La Charte du PNR des Alpilles

La commune a décidé d'adhérer au projet de territoire que constitue la charte du Parc Naturel Régional des Alpilles, faisant d'elle l'une des communes du parc.

La Charte du PNR (2023-2038) fixe 4 ambitions :

1. Préserver et transmettre les richesses naturelles et paysagères des Alpilles
2. Cultiver ses diversités pour maintenir son dynamisme
3. Accompagner les évolutions pour bien vivre dans les Alpilles
4. Fédérer le territoire et valoriser ses patrimoines

Les 4 ambitions se déclinent en 13 orientations puis en 38 mesures qui contiennent des dispositions précises et concrètes.

L'orientation 1.2 « Préserver et valoriser les paysages spécifiques des Alpilles » fixe pour objectif de maîtriser l'affichage publicitaire et d'assurer la cohérence de la signalétique sur le territoire. Ses dispositions se déclinent ainsi :

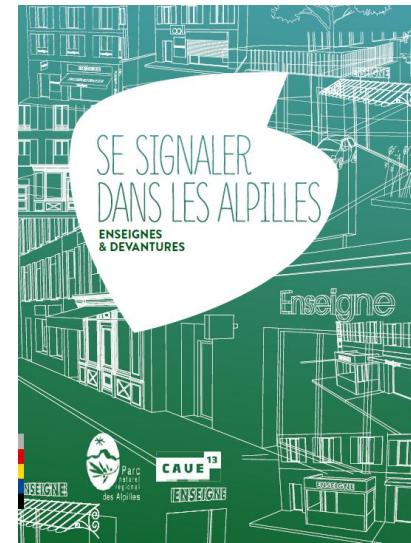
- Contenir l'affichage publicitaire et poursuivre les actions de mise en conformité en donnant la priorité aux routes-paysages et accompagner les collectivités dans la résorption de leur affichage publicitaire non conforme ;
- Maîtriser et mettre en cohérence le mobilier sur le territoire (panneaux, signalétique, informations...) avec la **Charte des Alpilles pour harmoniser la signalétique commerciale, artisanale et touristique sur l'ensemble du territoire du Parc** (en espace urbain et naturel) ;
- **Encadrer l'élaboration des règlements locaux de publicité (RLP)** dans le respect des recommandations et des principes suivants :
 - Dans les villes structurantes au sens du SCOT du Pays d'Arles (Arles, Saint-Martin-de-Crau, Tarascon et Saint-Rémy-de-Provence), le RLP pourra réintroduire la publicité si les besoins le justifient dans des zones délimitées et restreintes, sur dispositif de qualité d'une surface maximale de 2m² et seulement sur mobilier urbain et sur façade aveugle en maintenant l'interdiction de la publicité lumineuse ou numérique ; en maintenant l'interdiction de l'affichage publicitaire aux abords des espaces naturels et patrimoines bâti remarquables,

- Monuments Historiques, et en veillant à préserver les routes de caractère ;
- **Dans les autres communes, les RLP ne pourront pas réintroduire la publicité ;**
- **Dans tous les cas, les RLP des communes comprendront des prescriptions pour encadrer les enseignes s'appuyant sur le guide « Se signaler dans les Alpilles, enseignes et devantures du Parc naturel régional des Alpilles » et la liste non exhaustive des produits du terroir proposée par le Parc.**
- Encourager à suivre les préconisations de la Charte signalétique et publicité du Parc pour aller vers une harmonisation des dispositifs commerciaux autorisés (Signalisation d'Information Locale, préenseigne dérogatoire, enseigne) sur l'ensemble du territoire, en diminuant la pollution lumineuse et en assurant une cohérence d'ensemble, une lisibilité des informations et en valorisant l'identité du territoire ;
- Harmoniser, requalifier les enseignes, afin de valoriser l'image de marque des entreprises tout en améliorant le paysage urbain et commercial ;
- Poursuivre l'accompagnement des professionnels pour assurer la conformité des dispositifs et de la lisibilité de l'activité économique locale.

3.2. Le Guide « Se signaler dans les Alpilles »

Le Parc naturel régional, avec l'aide financière apportée par le Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur et de la DREAL a réalisé un guide de la signalétique.

Ce guide doit permettre de renforcer une image de qualité des commerces dans « l'esprit des lieux » tout en favorisant le développement local à l'échelle du Parc.



Quatre objectifs ont présidé à son élaboration :

1. Développer des principes d'harmonisation, qui ne signifient pas uniformisation,
2. Recommander des solutions simples et économiques qui laissent toute leur place à la créativité et à la singularité de chaque commerce,
3. Constituer une image de qualité valorisant conjointement les commerces et le paysage des Alpilles,
4. Être tourné vers l'avenir avec des solutions d'aujourd'hui, mais spécifiquement adaptées au territoire local.

Il est conçu comme un outil d'aide à la conception, avec des conseils pratiques et des suggestions. **Ce dernier doit servir de base à l'élaboration du RLP communal.**

IDENTIFIER SA SITUATION COMMERCIALE

EN CENTRE VILLE



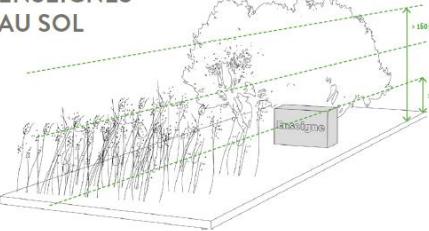
EN ZONE D'ACTIVITÉS



À LA CAMPAGNE



ENSEIGNES AU SOL



PETITS OBJETS À FORT IMPACT VISUEL
À CONCEVOIR AVEC SOIN

Lorsque le bâtiment qui abrite l'activité n'est pas aligné sur l'avenue, et qu'il ne dispose pas d'un dispositif de clôture, une enseigne isolée peut alors signaler l'activité en même temps que l'entrée du terrain. L'échelle et l'impact visuel de ces supports sont spécifiques. Ces enseignes se déplacent très majoritairement le long des routes, hors agglomération.

LE ENSEMBLE DES DISPOSITIFS COMMERCIAUX UTILISÉS DONT REPONDENT PLUSSIERS OBJECTIFS :

- ✓ S'intégrer harmonieusement dans le paysage naturel.
- ✗ Paraitre visuellement le grand paysage.
- ✗ La banalisation qui s'opère par l'emploi de couleurs qui n'ont rien à voir avec celles du paysage naturel, des tailles trop importantes, des matériaux peu qualitatifs.

OBJET DU GUIDE

S'INSCRIRE DANS LE CONTEXTE

Sur l'ensemble du territoire du parc, on observe la présence des enseignes dans trois contextes très différents : dans les villages, en tissu dense ; en entrée de ville, souvent dans des « zones d'activités » ; ou le long des routes dans l'espace agricole ou naturel.

En fonction de ces situations, les enjeux ne sont pas les mêmes. La situation géographique joue aussi, dans les communes traversées par des grands axes routiers tels que la Nationale 7 ou l'autoroute A7, à l'est du Massif, ou sur la « grande boucle » routière créée par la D99 et la D17 autour du massif, la pression le long de ces axes est forte.

L'impact visuel est spécifique à chaque situation commerciale. Dans les noyaux villageois, l'activité commerciale s'insère généralement dans un ensemble bâti, créant un effet d'ensemble « tenu » en rez-de-chaussée. Il s'agira donc de concevoir un cadre souple garant d'une harmonie globale, mais laissant la place à une diversité de dispositifs ou de couleurs qui seront ajustés au contexte.

En entrée de ville, le cadre bâti se relâche. Il est souvent discontinu et les proportions des constructions ont changé d'échelle. Celles-ci constituent souvent des surfaces imposantes dans le paysage, et les enseignes des activités sont dimensionnées en conséquence. Les proportions et les couleurs, à la fois des enseignes et des bâtiments seront à travailler afin de les inscrire dans le grand paysage.

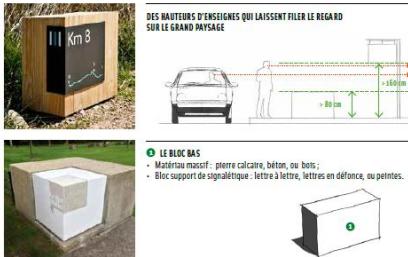
Le long des routes, ce sont généralement des objets ponctuels disposés au premier plan qui jalonnent l'itinéraire. Il s'agira de soigner et harmoniser les supports et le graphisme des panneaux à l'échelle de l'ensemble du territoire du parc, en considérant les caractéristiques paysagères de chaque site traversé.

RECOMMANDATIONS PARTICULIÈRES ENSEIGNES AU SOL

ENSEIGNES ISOLÉES



DEUX OBJETS AU CHOIX



DES HAUTEURS D'ENSEIGNES QUI LAISSENT FILER LE REGARD SUR LE GRAND PAYSAGE

LE BLOC BAS

- Matériau massif : pierre calcaire, béton, ou bois ;
- Bloc support de signalétique : lettre à lettre, lettres en défoncée, ou peintes.



LE MAT

- Métallique, de préférence en ferromerie ;
- Avec enseigne suspendue, ou accrochée en drapeau.



Extraits du Guide

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-24250702-2025_26-DE

III. Contexte patrimonial du territoire

Le village des Baux de Provence dispose d'un patrimoine riche et remarquable. Le village historique est classé *Plus beaux villages de France* et ses monuments attirent un tourisme culturel important chaque année.

Le 5 juillet 2019, il obtient le titre de **Site Patrimonial Remarquable (SPR)** qui permet de protéger et de mettre en valeur le patrimoine architectural, urbain et paysager du territoire. Un **Plan de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (PVAP)** est en cours d'élaboration afin d'encadrer la protection du vieux village, des secteurs paysagers et des aires agricoles.

1. *Les sites classés et inscrits*

Les sites classés ou inscrits sont des espaces ou formations naturelles remarquables dont la qualité appelle, au nom de l'intérêt général, la conservation (entretien, restauration, mise en valeur, etc.) et la protection contre toutes graves atteintes (destruction, altération, banalisation...).

La commune des Baux-de-Provence comprend **trois sites classés** :



Le Chaos du Val d'Enfer



Les carrières Lumière



La Cité Haute des Baux

Quatre sites inscrits :



La cité historique des Baux



Vallon de Baumanière



Parcelles aux abords et à l'entrée du village



Chaine des Alpilles

2. Les monuments historiques

Certains monuments, par leur caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque relève de l'intérêt général. Ainsi la législation, dans un but de préservation de ces monuments, offre 2 niveaux de protection : le classement et l'inscription.

Le territoire des Baux-de-Provence présente **22 monuments historiques (dont 18 classés et 4 inscrits)** :

4 Monuments inscrits	18 Monuments classés
Chapelle des Pénitents blancs	Abris troglodytiques
Maison des Remparts	Chapelle Saint-Blaise (ancienne)
Maison Nicolas Martel	Château (ruines)
Portes d'Eyguières	Eglise paroissiale Saint-Vincent
	Enceinte urbaine
	Four banal (ancien)
	Hôpital Saint-André (ancien)
	Hôtel de Manville (ancien)
	Hôtel de ville (ancien)
	Hôtel des Porcelets (ancien)
	Maison de Bertrand Mocadeau
	Maison de Glandevès (ancienne)
	Maison de Jean de Brion (ancienne)
	Maison de Jean Laugier (ancienne)
	Maison du Roi (ancienne)
	Maison Lère (restes)
	Maison Post Tenebras Lux
	Pavillon de la reine Jeanne



Hôtel des Porcelets



Porte d'Eyguières



Pavillon de la Reine Jeanne



Maison Jean de Brion

3. Le Site Patrimonial Remarquable

Par délibérations des 6 novembre 2017 et 11 avril 2018, le Conseil Municipal a lancé la procédure d'élaboration du SPR et voté son périmètre d'application. Ce périmètre a ensuite été validé par arrêté ministériel du 5 juillet 2019 portant classement du SPR des Baux de Provence. Après déroulement de l'enquête publique au printemps 2023, la procédure se poursuit pour une approbation du document en 2025.

Le plan de valorisation de l'architecture et du patrimoine ou PVAP, document réglementaire du SPR) se décompose en deux secteurs :

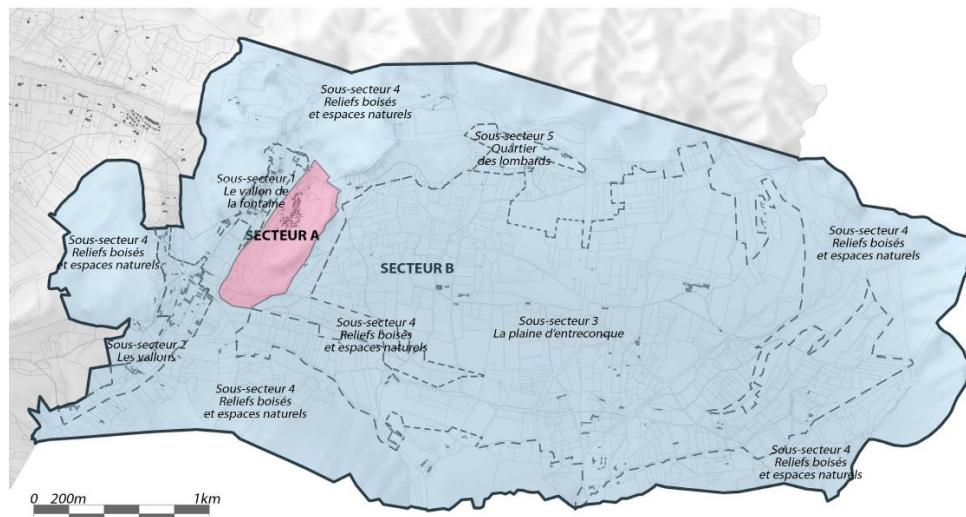
Secteur A :

Il correspond à l'éperon rocheux accueillant le centre ancien bâti des Baux-de-Provence.

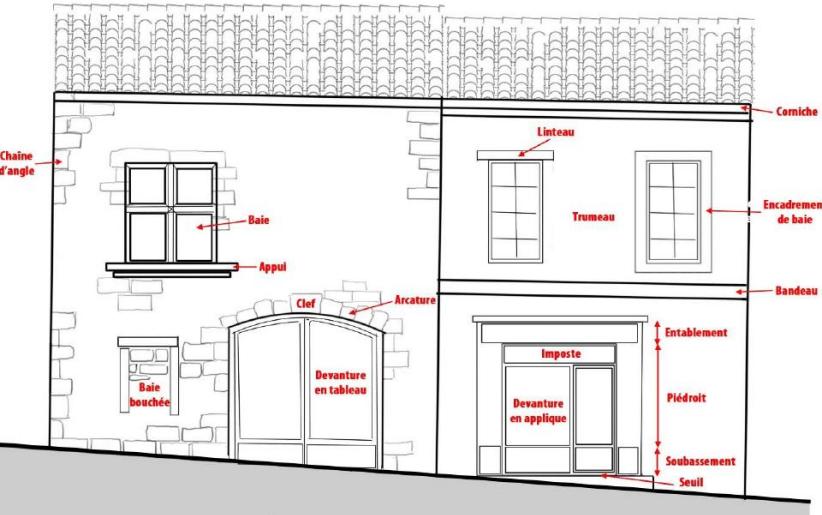
Secteur B :

Le secteur B comporte, quant à lui, 4 sous-secteurs :

- Le Vallon de la Fontaine
- Les vallons et quartiers d'habitat, comprenant le Vallon Saint Martin, le Vallon de l'Arcoule, le quartier des Lombards
- La plaine d'Entreconque
- Les reliefs boisés et espaces naturels



En application du Code du Patrimoine, les dispositions architecturales du PVAP règlementent les devantures commerciales en termes de matériaux, de composition et de colorimétrie. Les règles spécifiques applicables aux publicités, enseignes ou pré-enseignes dépendent toutefois du Code de l'Environnement. Néanmoins, certains éléments pourront être intégrés au RLP, en concertation avec l'Architecte des Bâtiments de France dont l'avis conforme est requis pour toute installation de dispositif d'enseigne.



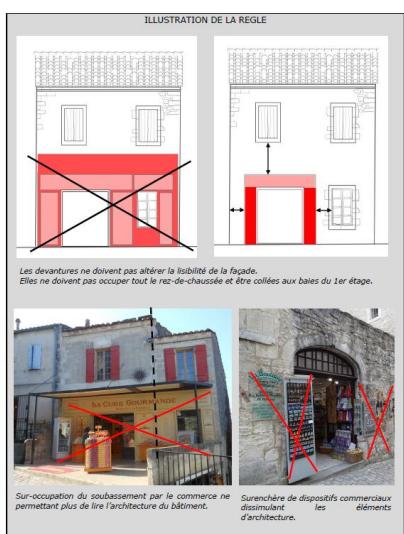
3—LES DEVANTURES COMMERCIALES ET LEURS ÉQUIPEMENTS. 3.1 Implantation.

Sont imposés :

- Respect de l'architecture de l'immeuble et de sa lisibilité ; lisibilité de rez-de-chaussée de chaque immeuble et respect de l'alignement des travées existantes ;
- Préservation des éléments de façade : conservation des éléments structurants et éléments de décors (bases, bandeau d'étage, corniches en pierre, éléments de modénature) ;
- Conservation du rythme parcellaire : si un commerce occupe deux immeubles mitoyens, la devanture devra être fractionnée et traduire l'unité de l'immeuble ;
- Si plusieurs devantures sont occupées par un même bail, la cohérence et l'harmonie seront imposées. Une écriture par façade même si y a deux commerces distincts ;
- Si le bandeau est filant, possibilité de s'aligner au-dessous ;
- Laisser de l'espace autour des devantures, entre les autres ouvertures, la porte d'entrée, les baies et les devantures voisines ;
- Simplicité d'écriture et de style ;
- Les devantures seront limitées au rez-de-chaussée même si le commerce occupe plusieurs niveaux. A l'occasion de travaux, les placages existants devront être supprimés.
- Maintenir les accès indépendants existants aux étages.

Sont interdits :

- Le prolongement d'une même devanture commerciale sur plusieurs rez-de-chaussée d'immeubles mitoyens ;
- L'occupation par une devanture de la totalité de la façade ;
- La pose de placages divers en adjonction ;
- La démolition ou dissimulation des bandeaux ;
- Le dépassement par la devanture et/ou l'enseigne de la sous-face du plancher du 1er étage ;
- L'inclusion des bases du premier étage dans la devanture ;
- La pose d'éléments en saillies : auvents, spots, climatiseurs, coffres de volets roulant, panneaux publicitaires ;
- Les écrans lumineux disposés dans un angle, le masque de l'angle (et/ou du châssis) par la prolongation des devantures ;
- La surenchère de dispositifs commerciaux et de devantures ;
- La juxtaposition d'écriture architecturale des devantures et de teintes différentes sur une même façade.

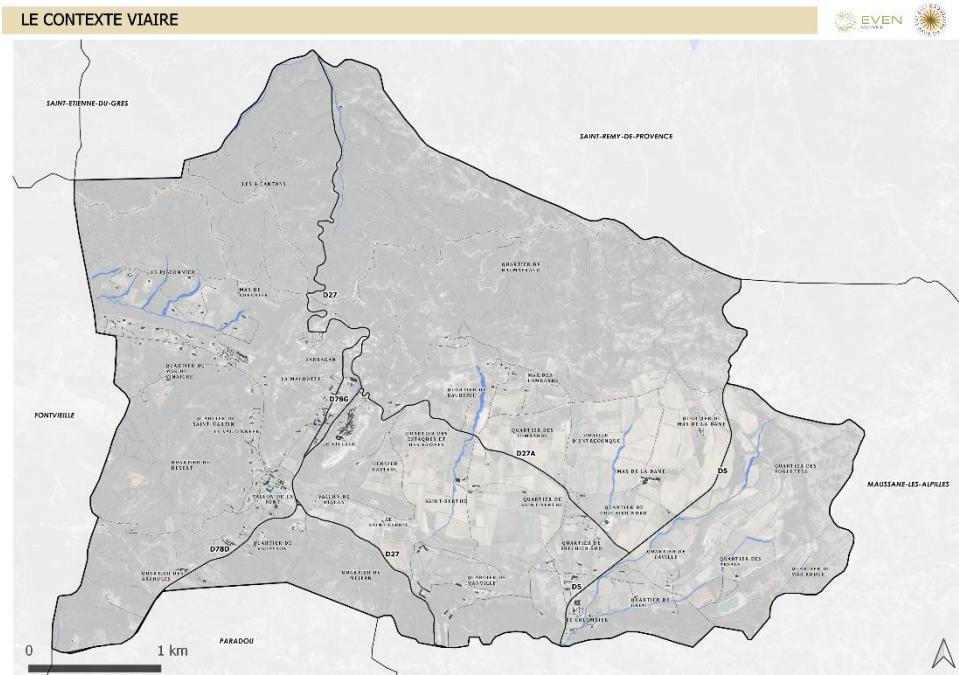


IV. Contexte viaire

Quatre axes de communication desservent la commune des Baux de Provence :

- La D5 en provenance de Saint-Rémy-de-Provence (au nord) et Maussane-les-Alpilles (au sud) ;
- La D27 en provenance de Maillane (au nord) et Maussane-les-Alpilles (au sud) ;
- La D27A qui fait la jonction entre la D5 et la D27 ;
- La D78F, route d'Arles ;

Le village se trouve à 17km de la gare d'Arles et à 28km de la gare d'Avignon TGV.



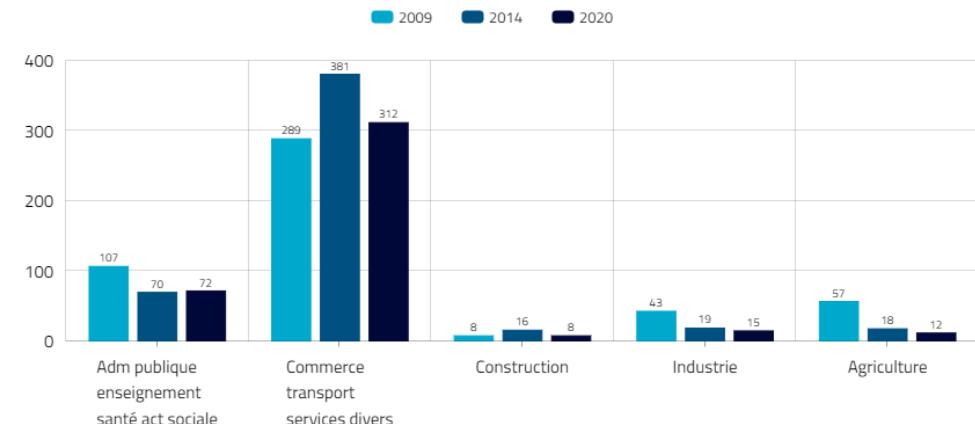
V. Contexte économique du territoire

1.1. Secteurs d'activités

La commune des Baux de Provence, suivant la tendance nationale à la **tertiarisation de l'économie** voit le secteur du commerce, des transports et des services occuper la majeure partie de l'emploi à 75%, suivi par le secteur de l'administration publique, l'enseignement, santé et action sociale à 17%.

En termes d'emplois salariés, se sont ces deux secteurs qui emploient le plus sur le territoire.

Évolution des emplois au lieu de travail par secteur d'activité entre 2009 et 2020

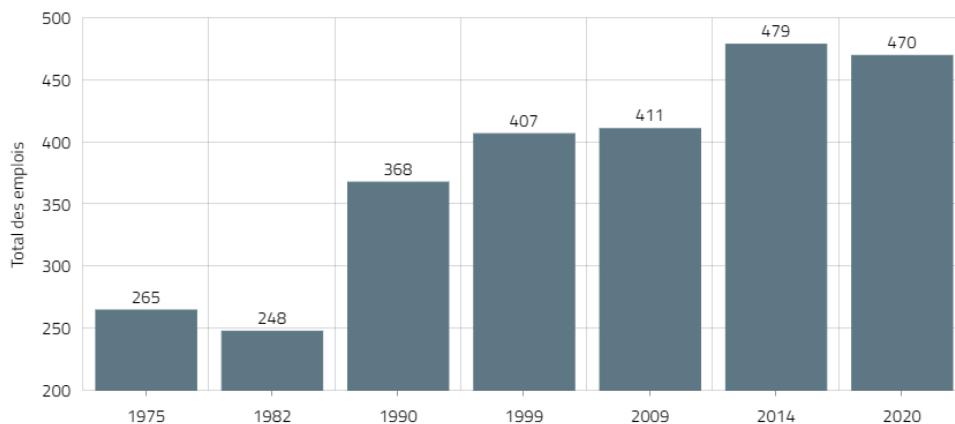


La commune accueille **46 entreprises** au total dont 36 petites entreprises de moins de 9 salariés. Elle développe avant tout son économie attractive grâce aux commerces à vocation touristique.

Au cours de l'année 2022, 7 commerces ont été créés sur le village.

Le revenu médian des habitants est légèrement supérieur à la moyenne nationale tandis que **l'offre d'emploi augmente** considérablement depuis les années 1990.

Évolution du nombre d'emplois



1.1.1. Le tourisme

Village classé, labellisé « Plus Beau Villages de France », commune classée « Station de Randonnée », les Baux-de-Provence affirment aujourd’hui leur image de site de prestige au sein du Parc Naturel Régional des Alpilles.

La commune connaît une fréquentation annuelle de près de 1,5 millions de visiteurs. Si plus de 60% d'entre eux sont Français, venant des régions voisines et des grandes aires métropolitaines, on constate que la part des touristes étrangers augmente. Un simple parcours attentif dans la rue principale du village montre que l'Anglais, l'Allemand, l'Italien sont affichés sur les portes des magasins et lieux d'accueil.

Les activités prisées sont la visite de la Cité, du Château et des Carrières de Lumières, ainsi que la culture de la vigne et l'artisanat.

Le village est doté d'une bonne capacité hôtelière, reconnu pour sa qualité de service. Il dispose de 7 hôtels de trois, quatre et cinq étoiles pour une capacité d'accueil totale de 190 chambres. Il dispose également de plusieurs restaurants étoilés d'une certaine renommé au guide Michelin.

1.1.2. La culture

La culture est un élément fondateur du village qui dispose d'un patrimoine historique remarquable et déploie chaque années une programmation diversifiée.

Le Festival des Alpilles rend hommage chaque année à la musique issue de la terre en correspondance avec le Parc Naturel Régional des Alpilles. Les carrières Lumière constituent un espace d'exposition artistique exceptionnel depuis 1976, permettant la projection d'œuvres d'art emblématiques sur les parois rocheuses du Val d'enfer.



Exposition aux carrières Lumière, Les Baux de Provence

En son cœur villageois, la commune dispose également de trois musées et galeries d'art contemporain.

Chapitre 2 : Contexte réglementaire en matière de publicité

Le Règlement Local de Publicité est élaboré en prenant en compte le contexte réglementaire national dans lequel s'inscrit la commune.

Au regard de cette nouvelle réglementation, la commune est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération ;
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques ;
- Aux dispositions spécifiques liées à la taille des différents secteurs dits « en agglomération ».

La commune des Baux-de-Provence est concernée par la réglementation relative aux agglomérations « **de moins de 10 000 habitants** ».

La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

I. Le périmètre « d'agglomération »

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse où le borde ».

En dehors de « l'agglomération », toute publicité et pré-enseigne autre que dérogatoire¹ est interdite.

Les arrêtés municipaux annexés au projet de RLP précisent les limites juridiques du périmètre d'agglomération.

Toutefois, il est à noter que la « réalité physique » de l'agglomération prévaut sur la « réalité formelle », peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti. La zone agglomérée doit présenter une certaine densité et une continuité bâtie.

Ainsi, en pratique, « l'espace bâti est caractérisé par (Extrait du Porter à Connaissance de l'État) :

- Un espace entre bâtiments de moins de 50 mètres,
- Des bâtiments proches de la route,
- Une longueur d'au moins 400 mètres,
- Une fréquentation significative d'accès riverains,
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.



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).

Pour la commune des Baux de Provence, une seule agglomération est identifiée par des panneaux d'entrées/sorties d'agglomération.

¹ Sont concernées les préenseignes signalant (R581-19 CE) :

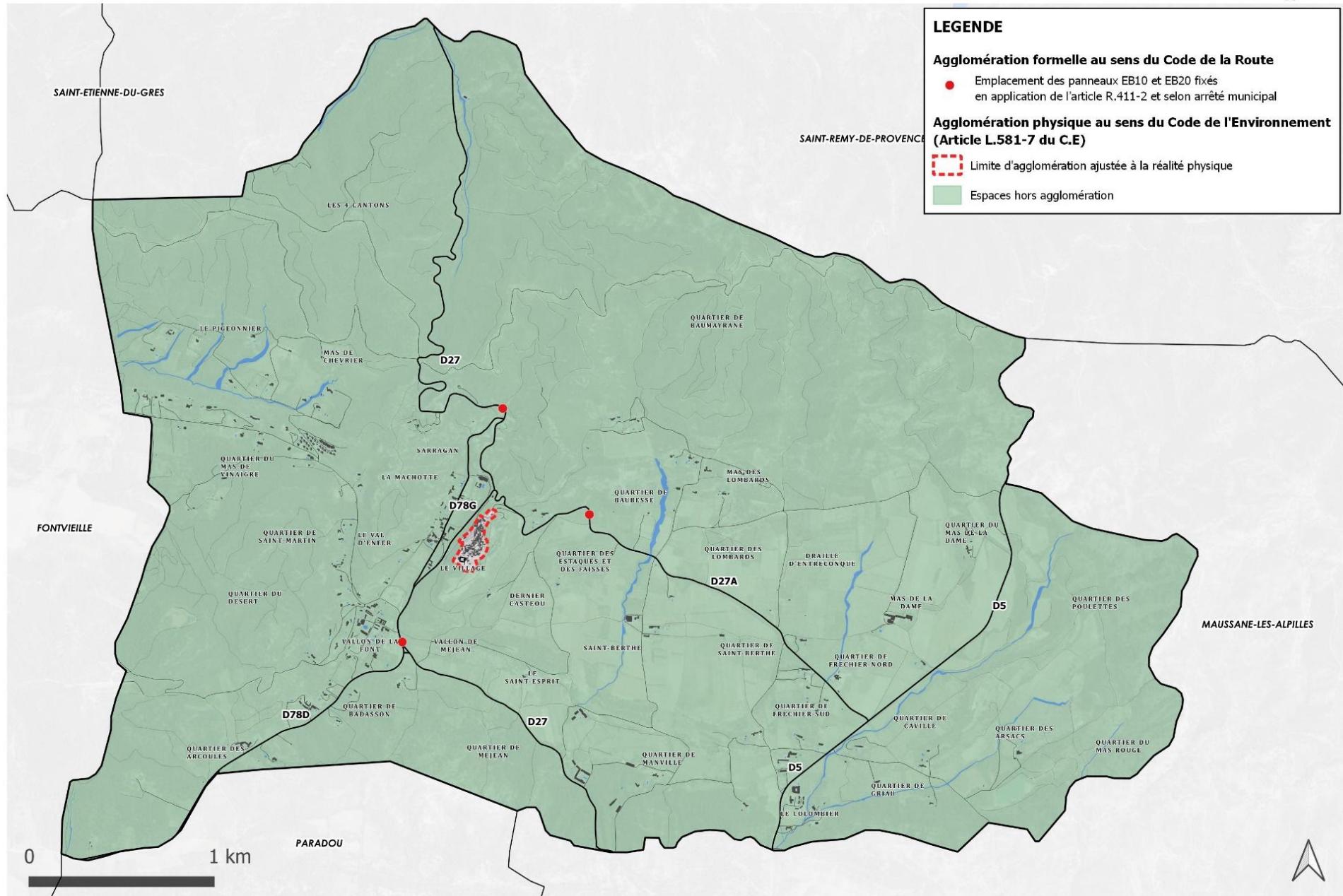
- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite

- 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



Les enjeux du RLP prendront donc en compte le périmètre formel d'agglomération, tel qu'il existe aujourd'hui. Néanmoins, cette limite sera ré-interrogée au regard de la réalité physique de l'espace aggloméré.

LE PÉRIMÈTRE D'AGGLOMERATION



REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-24250702-2025_26-DE

II. Les périmètres urbains et environnementaux réglementaires

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

1. *Les interdictions absolues qui s'appliquent au territoire*

Le code de l'environnement au travers de l'article **L.581-4** interdit strictement toute publicité :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés (y compris les préenseignes dérogatoires) ;
- Dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les arbres.

Comme présenté dans le chapitre 1 relatif au contexte paysager et patrimonial, la commune des Baux-de-Provence est concernée par :

- **3 sites classés :**
 - Chaos du Val d'Enfer
 - Anciennes carrières des Baux et leurs abords
 - Cité Haute des Baux
- **22 monuments historiques**

18 monuments historiques classés :

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| - Abris troglodytiques | - Maison de Bertrand Mocadeau |
| - Chapelle Saint-Blaise (ancienne) | - Maison de Glandevès (ancienne) |
| - Château (ruines) | - Maison de Jean de Brion (ancienne) |
| - Eglise paroissiale Saint-Vincent | - Maison de Jean Laugier (ancienne) |
| - Enceinte urbaine | - Maison du Roi (ancienne) |
| - Four banal (ancien) | - Maison Lère (restes) |
| - Hôpital Saint-André (ancien) | - Maison Post Tenebras Lux |
| - Hôtel de Manville (ancien) | - Pavillon de la reine Jeanne |
| - Hôtel de ville (ancien) | |
| - Hôtel des Porcelets (ancien) | |

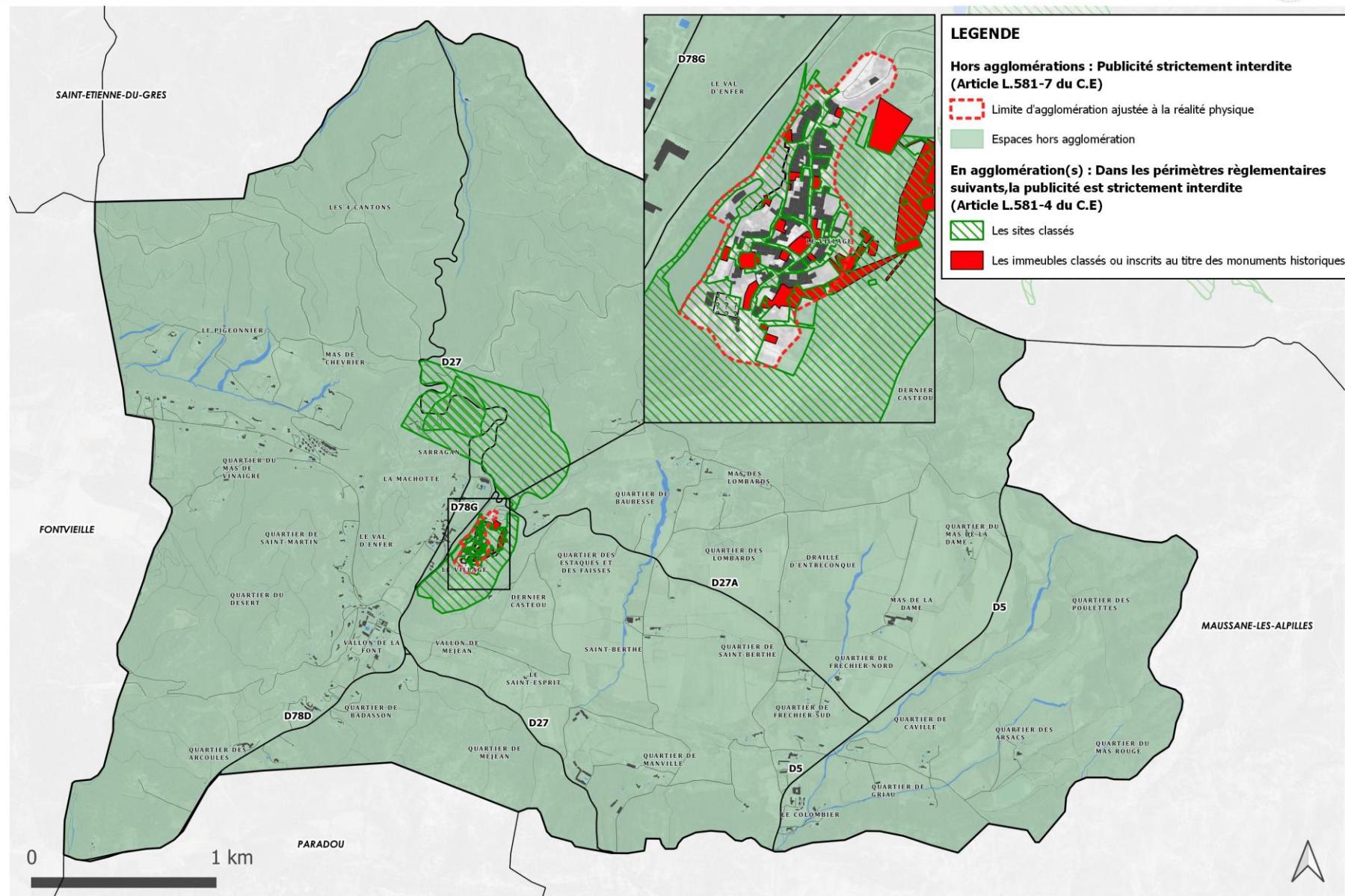
4 monuments historiques inscrits :

- Chapelle des Pénitents Blancs
- Maison dite Les Remparts
- Maison Nicolas Martel (ancienne)
- Maison Porte d'Eyguières

Les publicités sont également interdites :

- 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 ;
- 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 m² ;
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
Sur les murs de cimetière et de jardin public (**R.581-22** du code de l'environnement) ;
- Dans les espaces boisés classés (EBC) et les zones naturelles du PLU (**R.581-30** du code de l'environnement).

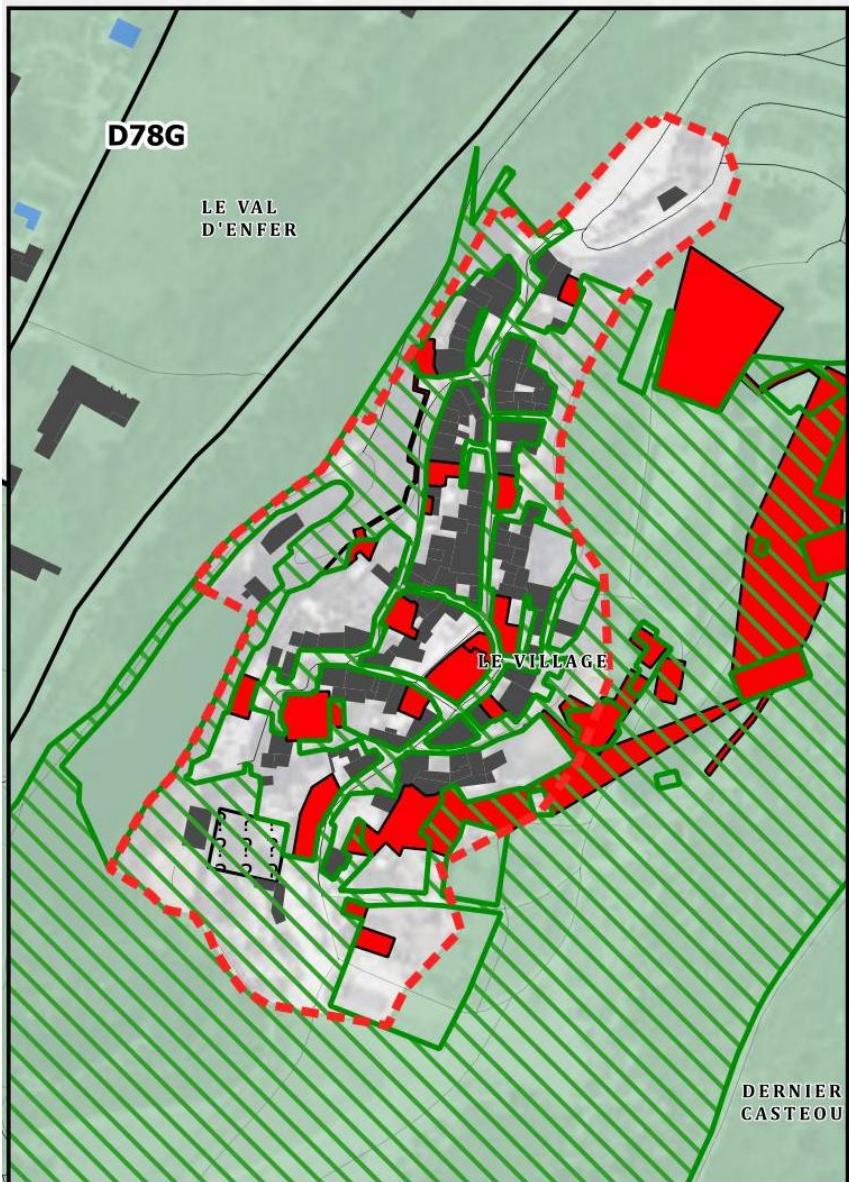
LES PÉRIMÈTRES D'INTERDICTIONS STRICTES DE PUBLICITÉ



REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com



LEGENDE

**Hors agglomérations : Publicité strictement interdite
(Article L.581-7 du C.E)**

Limite d'agglomération ajustée à la réalité physique

Espaces hors agglomération

**En agglomération(s) : Dans les périmètres réglementaires suivants, la publicité est strictement interdite
(Article L.581-4 du C.E)**

Les sites classés

Les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-20250702-2025_26-DE

2. Les interdictions relatives qui s'appliquent au territoire

En l'absence de RLP, la publicité se trouve interdite par application de l'article L.581-8 du code de l'environnement :

- 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 ;
- 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.

Comme présenté dans le chapitre 1 relatif au contexte paysager et patrimonial, la commune des Baux-de-Provence est concernée par :

- **Le Site Patrimonial Remarquable**

Le périmètre comprenant le vieux village des Baux-de-Provence, ses Vallons et la Plaine d'Entreconque est classé Site Patrimonial remarquable depuis le 5 juillet 2019.

- **Le Parc Naturel Régional des Alpilles**

Le territoire des Baux-de-Provence est inclus dans le périmètre d'un parc naturel régional, le Parc Naturel Régional des Alpilles. Le PNRA couvre un territoire regroupant 16 communes entre les deux Parcs de Camargue et du Luberon.

Les Alpilles offrent une mosaïque de milieux naturels, entre pelouses, vignes et oliveraies, garrigues, massifs forestiers, falaises et marais. Le PNRA compte en son sein 960 espèces végétales, 90 espèces d'oiseaux, 19 espèces de chauve-souris et plusieurs centaines d'espèces d'insectes.

- **Les sites inscrits**

Les sites inscrits de la commune des Baux-de-Provence sont au **nombre de 4**, on y trouve :

- Les parcelles aux abords du village des Baux
- Les parcelles à l'entrée du village des Baux
- Le vallon de Baumanière
- La chaîne des Alpilles.

- **Les sites Natura 2000**

Le réseau Natura 2000 est un ensemble de sites naturels, terrestres et marins. Le but de ce réseau étant de préserver la diversité biologique sur le territoire de l'Union Européenne. Ainsi chaque Etat membres proposent un ensemble de sites d'intérêt communautaire selon des critères de rareté et d'intérêt écologique. Ces sites sont désignés en l'application de la Directive Oiseaux de 1979 et de la Directive Habitats de 1992.

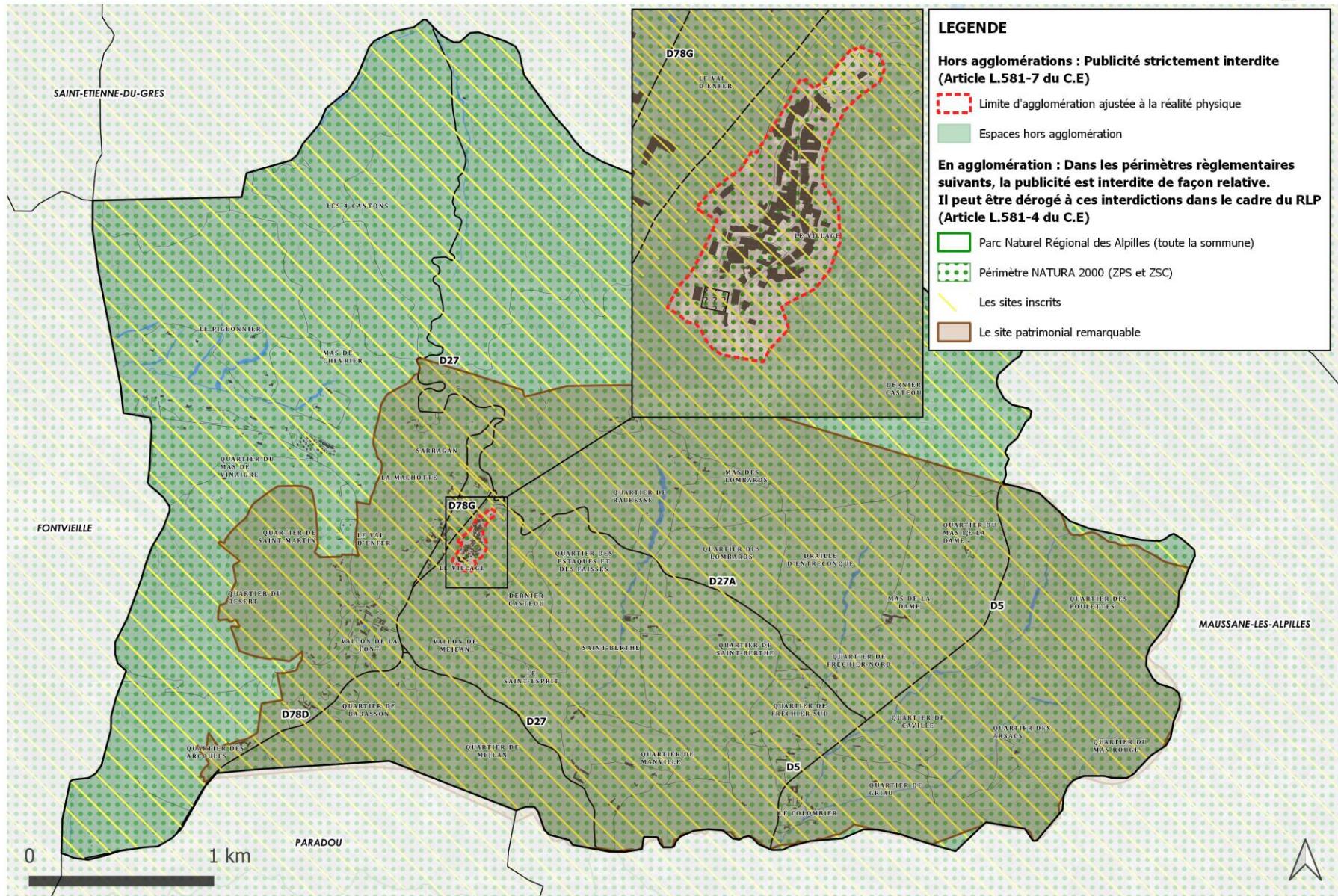
La commune de Baux-de-Provence est concernée par de **2 sites Natura 2000** dénommés « **Les Alpilles** » :

- Au titre de la Directive Habitats, le site des Alpilles pour son intérêt communautaire ;
- Au titre de la Directive Oiseaux, le site des Alpilles en tant que zone spéciale de protection des oiseaux ;

- **Les abords des monuments historiques**

Des interdictions relatives aux implantations de publicités et pré-enseignes existent aux abords des monuments historiques, notamment en cas de co-visibilité entre un Monument Historique et le dispositif publicitaire.

LES PÉRIMÈTRES D'INTERDICTIONS RELATIVES DE PUBLICITÉ



0

1 km



REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

III. Les règles relatives à la taille des agglomérations

Les règles nationales distinguent plusieurs types d'agglomérations :

- Les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- Les agglomérations de plus de 10 000 habitants ;
- Les agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.

La commune des Baux-de-Provence est concernée par la première catégorie à savoir une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

1. Les principales règles nationales applicables aux publicités et aux préenseignes pour la commune des Baux-de-Provence

> Uniquement si la commune souhaiterait réintroduire par le RLP certaines formes de publicité, dans les espaces mentionnés au L.581-8 du code de l'environnement :

Les préenseignes sont soumises aux mêmes règles que la publicité (L. 581-19 CE) à deux exceptions près : les préenseignes dites « dérogatoires » et temporaires.

1.1. Publicité murale

Sous le vocable « publicité murale » sont regroupées toutes les publicités installées sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité : mur de tout bâtiment, mur de clôture, clôture ou palissade de tout type. Elle s'oppose à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.

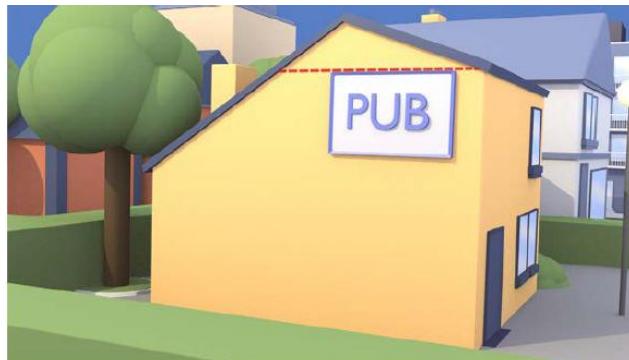
1.1.1. Règles de surface et de hauteur

Pour la commune des Baux-de-Provence, les dispositifs doivent respecter les prescriptions applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit 4 mètres carrés de surface maximale et 6 mètres de hauteur maximale.

1.1.2. Règles d'implantation

Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 m du niveau du sol (Art. R.581-27, alinéa 1^e CE) et ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (art. R. 581-27, alinéa 2 CE).

La publicité non lumineuse et enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-27 et art. R581-60 du Code de l'Environnement).



Extrait Guide du ministère de l'écologie – 2012 : Illustration de la notion de non-dépassement de l'égout du toit

Une publicité ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,25 m (Art. R.581-28 CE). Ce surplomb nécessite l'accord écrit du propriétaire, que le surplomb concerne le domaine public ou une parcelle privée.

1.1.3. Règle de densité

Depuis le 1er juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R.581-25 CE).

La règle de la densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur l'unité foncière, plus aucun autre dispositif ne pourra être installé.

Lorsqu'une unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, **deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support**, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-supports, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...).

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

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

1.2. Publicité scellée au sol ou installée directement au sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol s'oppose à la publicité murale puisqu'elle n'est pas installée sur un support qui existait préalablement. Elle est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol.

Comme pour les publicités murales, le seuil de 10 000 habitants composant l'agglomération communale et l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants constituent les critères qui déterminent les règles applicables.

Les publicités scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Ce type de dispositif est donc interdit sur l'ensemble du territoire communal des Baux de Provence.

1.3. Publicité lumineuse

La famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :

- *La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;*
- *La publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;*
- *La publicité numérique.*

Ces trois catégories de publicité sont soumises à une règle commune, l'extinction nocturne, mais aussi à des règles qui leur sont propres.

1.3.1. La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caisson lumineux, panneaux vitrines.

Les dispositifs muraux éclairés par projection ou transparence sont limités à une surface de 4 m² maximum et une hauteur de 6 m, pour une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

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

1.3.2. La publicité lumineuse numérique

La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes ou led, téléviseurs géants, ..., qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo.

Les dispositifs muraux et scellés au sol numériques sont interdits, pour une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

1.3.3. Les autres lumineux

Cette catégorie de dispositifs lumineux est principalement constituée par les néons, souvent installés sur les toitures. Ils sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.

Ce type de dispositif est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

1.4 Le mobilier Urbain

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité. C'est une installation implantée sur le domaine public à des fins de commodités pour les usagers.

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

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles. (Art. L581-45 CE). Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives. (Art. L581-46 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.

Surface de la publicité sur mobilier urbain			
	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire 6 m ² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m ² recto, 2 m ² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m ²	50 m ²

! L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

1.5 Les bâches comportant de la publicité

Depuis le décret du 30 janvier 2012, les bâches comportant de la publicité, dont le statut manquait de précision auparavant, ont été définies et classées en deux catégories :

- Les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- Les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants (Article R581-53 du CE).

1.6 Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

L'article L.581-9 du code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des **manifestations temporaires**. Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants (Article R581-56).

1.7 L'affichage de petit format

Les dispositifs de petit format sont intégrés à la devanture commerciale et non à la seule baie. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures.

L'affichage de petit format n'est pas soumis à la règle de densité. Il suit deux règles propres de surface et de pourcentage maximum, qui encadrent l'implantation de ces dispositifs :

- La surface unitaire des dispositifs de petit format est inférieure à 1 m² ;
- Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2 m².

De plus, l'article R.581-57 du code de l'environnement soumet l'affichage de petit format à la plupart des dispositions applicables aux autres publicités.

1.8 L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'**« affichage libre »** (Art. L.581-16 CE).

La surface minimum attribuée dans chaque commune à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l'article R.581-2 du code de l'environnement :

- **4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants (cas de la commune des Baux-de-Provence);**
- 4 mètres carrés plus deux mètres carrés supplémentaires par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 mètres carrés plus cinq mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.

La commune des Baux-de-Provence compte 315 habitants (INSEE 2020) et est dans l'obligation de mettre à disposition 4 m² de panneaux dédiés à l'affichage d'opinion.

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Ils peuvent être situés sur le domaine public, en surplomb de celui-ci ou bien encore sur le domaine privé communal.

Les emplacements doivent 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 (Art.R.581-3 CE).

1.9 Synthèse des principales dimensions autorisées

1.9.1 Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	Surface maximum	Hauteur maximum
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	4,70 m²	6 m au-dessus du sol
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	Interdite	-
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche, 4m ² pour les autres	6 m au-dessus du sol
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Interdites	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	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	-

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

- Interdite sur tout type de support
- Interdite également sur mobilier urbain

2. Les règles nationales applicables aux enseignes pour la commune des Baux-de-Provence

Ce chapitre constitue le rappel des règles nationales applicables en l'absence du Règlement Local de Publicité. Le Règlement Local de Publicité prévoit des dispositions réglementaires venant conforter les dispositions des règles nationales.

L'enseigne doit être constituée de matériaux durables, ce qui exclut toute utilisation de papier ou de carton. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-58 CE).

2.1. L'enseigne en façade

L'enseigne en façade porte quelquefois le nom d'enseigne en bandeau ou en applique. Plus généralement, constitue une telle enseigne toute inscription, forme ou image peinte directement sur le mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lui-même fixé sur le mur, voire le caisson (lumineux ou non) posé à plat sur le mur, ainsi que les lettres, signes, images, formes découpées et fixées sur le mur sans support.

2.1.1. Implantation de l'enseigne à plat sur un mur ou parallèlement

Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R.581-60 CE). Elles ne peuvent notamment être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture.

Soit l'enseigne est fixée sur le mur et ne doit pas en dépasser les limites, soit elle est en toiture et respecte les règles propres à cette catégorie (cf. partie suivante).

Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.



Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne peuvent constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0,25 m** (Art. R.581-60 CE). Ces enseignes ne peuvent, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

2.1.2. Implantation des enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies

Alors que la publicité est interdite sur toutes les formes de balcons, balconnets, auvents etc. les enseignes sont admises, sous conditions (Art. R.581-60, alinéa 2 CE) :

- Les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 m ;
- Elles peuvent être installées devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- Elles peuvent être installées sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 m par rapport à lui.

2.1.3. Implantation des enseignes perpendiculaires

Dites aussi en drapeau, dénommées « en potence » lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne, les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne doivent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon (Art. R.581-61, alinéa 1 CE). Elles ne doivent pas constituer une saillie de plus de 2 m par rapport au mur supérieur.

Le RLP peut en outre imposer une hauteur minimum et/ou une hauteur maximum, exprimées en mètres ou en regard de l'architecture du bâtiment.

2.1.4. Surface maximum des enseignes sur façade

Le décret du 30 janvier 2012 impose aux enseignes apposées sur une façade commerciale, une surface maximum qui se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63 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 ;
- La surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m².



Sur chaque façade, la surface cumulée des enseignes (en vert) est comparée à la surface totale de la façade (hauteur x largeur), baies comprises. Les publicités et le microaffichage (en rouge) n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes.

2.2. L'enseigne sur toiture

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses en tenant lieu des bâtiments où s'exerce une activité, lorsque l'activité concernée est exercée dans plus de la moitié du bâtiment considéré (surface de plancher). Elles doivent alors être « réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut » (Art. R.581-62 CE).

Dimensions et surface maximum

Lorsqu'elles signalent des activités exercées dans plus de la moitié du bâtiment, la hauteur des enseignes en toiture ne peut excéder 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 m. Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 m, les enseignes n'excéderont pas le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 m (Art. R.581-63 CE).

Enfin, depuis le 1^{er} juillet 2012, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



Une enseigne en toiture (comme une publicité) doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles. Bandeau technique de 0,50 m maximum.



Enseigne peinte sur un toit assimilée à une enseigne en toiture.

Enseignes en toiture si l'activité est exercée dans plus de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité exercée dans moins de 50 % du bâtiment
Enseigne en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m ²	Surface cumulée limitée à 60 m ²

2.3. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'immeuble où s'exerce l'activité, en l'occurrence sur l'unité foncière où s'exerce l'activité.

Toute inscription, forme ou image installée sur un autre lieu est une préenseigne ou une publicité. Les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes.

Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les dispositifs qui y sont installés sont considérés comme des enseignes.

2.3.1. Surface et hauteur

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (cas des Baux- de-Provence), la surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles mesurent 1 m ou plus de large ;
- 8 m de haut lorsqu'elles font moins de 1 m de large.

2.3.2. Densité

Lorsque les enseignes font plus de 1 m², elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa).

2.4. L'enseigne lumineuse

Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Eclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles.

Extinction nocturne

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'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 » (Art. R.581-59 CE).

2.5 Synthèse des principales dimensions autorisées

Règles nationales s'appliquant au territoire communal

	Surface maximum	Hauteur maximum	Densité
Enseigne sur façade commerciale Art. R581-63 CE	Surface cumulée : 15% de la surface de la façade commerciale si façade $\geq 50m^2$ 25% de la surface de la façade $< 50m^2$ (sauf exceptions)	-	-
Enseigne sur toiture Art. R581-62 CE	60 m² cumulés pour un même établissement (sauf exceptions)	3m si hauteur façade $\leq 15m$ 1/5 ^e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m , si hauteur façade $> 15m$	-
Enseigne sur auvent ou marquise Art. R581-60 CE	-	1 m	-
Enseigne sur balcon et balconnet Art. R581-60 CE	-	Hauteur du garde-corps ou de la barre d'appuis du balconnet ou de la baie	-

Dispositions spécifiques hors agglomérations et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol Art. R581-64 CE Art. R581.65 CE	6 m² unitaire	6,5 m de haut si largeur $\geq 1m$ 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

3. Les règles nationales applicables aux dispositifs temporaires (enseignes et préenseignes)

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.
- les enseignes 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.

• Durée

Les enseignes temporaires peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Le RLP peut réduire ces durées, afin de prévenir une présence continue d'enseignes temporaires liée à une succession d'opérations commerciales tout au long de l'année.

• Implantation

Elles doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale (article R.581-58 CE). Le bon état de propreté est d'autant plus à surveiller que, au vu de leur caractère temporaire, l'obligation d'être constituées de matériaux durables ne s'applique pas.

Par ailleurs, la surface unitaire maximale des enseignes mentionnées au 2^e de l'article R.581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier, est limitée à 12 m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol. Aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée, à l'exception des enseignes en toiture comme indiqué plus haut ou des enseignes « immobilières » scellées au sol. Un RLP pourra prévoir des prescriptions plus restrictives les concernant.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités et notamment sont soumises à déclaration préalable lorsque leur hauteur dépasse 1 mètre et leur largeur 1,50m (Art. R.581-6).

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-20250702-2025_26-DE

Chapitre 3 : Bilan du RLP en vigueur

I. Présentation Générale

La commune des Baux-de-Provence bénéficiait d'un règlement local de publicité instauré par arrêté municipal le 25 mai 1999. Toutefois, le RLP communal étant caduc, la commune est soumise depuis janvier 2021 à la réglementation nationale du code de l'environnement. La compétence en matière de publicité, d'enseigne et de préenseignes avait été transférée du maire au préfet mais, suite à la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 « climat et résilience », le pouvoir de police de la publicité relève à nouveau de la compétence du Maire depuis le 1^{er} janvier 2024, que la commune ou son EPCI à fiscalité propre dispose ou non d'un RLP.

II. Les zones de publicités en vigueur

L'ancien Règlement Local de Publicité des Baux-de-Provence, aujourd'hui caduc, permettait l'implantation de dispositifs publicitaires suivant 2 zones délimitées :

- **La ZPR1** correspond au secteur A de la zone de protection établie autour du château classé monument historique.
- **La ZPR2** correspond à la partie située en agglomération du secteur B de la zone de protection établie du château classé monument historique.

III. Synthèse des principales règles

1. Publicités

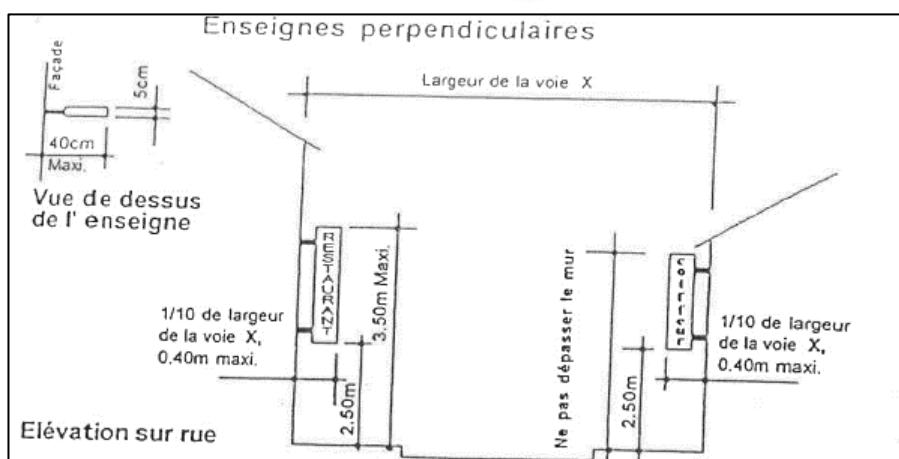
La publicité autant en zone ZPR1 que ZPR2 était totalement interdite.

2. Les enseignes

Dans les zones où la réglementation l'autorisait, les enseignes devaient :

- Être constituées de bons matériaux
- Être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement
- Être supprimées par la personne qui exerçait l'activité et les lieux remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité

Plan des zones de publicité restreinte



REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-20250702-2025_26-DE

		Dans la zone ZPR1	Dans la zone ZPR2
Enseignes autorisées	<i>Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèles à un mur</i>	Ne doivent pas dépasser les limites du mur	
		Ne doivent pas être apposées devant une ouverture	
		Ne peuvent pas constituer par rapport aux murs qui les supporte une saillie de plus de 0.15m	
		Limitées à une surface max de 0.82m ²	Limitées à 30% de la surface du mur sans excéder 6m ²
		Limitées à une hauteur par rapport au sol de 3m	Limitées à une hauteur de 1.50m
		Apposées sur la façade où se trouve l'entrée de l'activité	Limitées à une hauteur de 3.50m par rapport au sol
		Limite d'une enseigne par activité et par façade	Peut-être divisées en 2 enseignes de 3m ² chacune
		Constituées de bois peint, fer forgé, terre cuite, céramique, pierre ou support transparent non teinté, lettres découpées, scellées individuellement, peuvent être éclairées par projection mais pas par transparence	
<i>Enseignes particulières</i>		Apposées sur stores, bâches, parasols, mobilier, mobilier de terrasse	
		Ne comportent pas d'indication concernant un produit ou une marque proposée dans l'immeuble	
<i>Enseignes perpendiculaires</i>		Interdite dans certaines rues	
		Une enseigne par activité de mêmes matériaux, couleur, graphisme et éclairage que l'enseigne parallèle	
		Ne peut pas excéder 40cm (fixations comprises)	
		Epaisseur max de 5cm	
<i>Enseignes scellées au sol</i>		Hauteur min de 2.50m et hauteur max de 3.50m sans dépasser la limite supérieure du mur	Hauteur min de 2.50m et hauteur max 4m sans dépasser la limite supérieure du mur
		Non prévue pour cette zone	Surface de 1.5m ² , hauteur 3m, limitées à 2 par unité foncière, peuvent être accolées dos à dos si elles ont la même hauteur, parallèles et mêmes dimensions
Enseignes temporaires		Signale une manifestation à caractère culturel, touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois Installées jusqu'à 3 semaines avant le début et retirées jusqu'à une semaine après la manifestation	
Enseignes interdites		Sur les balcons, balconnets, auvents, marquises - Sur les toitures ou terrasses Constituées de drapeaux, oriflammes, banderoles, guirlandes	
Autorisations		Une autorisation peut être délivrée par le maire après avis de l'architecte des bâtiments de France	

3. Les préenseignes

Dans la zone ZPR1	Dans la zone ZPR2
Interdites	Doivent être installées sur le domaine public avec l'accord du gestionnaire de cet espace et dans le cadre d'une convention Doivent être d'un même modèle, regroupées sur un même support, de mêmes dimensions, couleurs et graphismes

4. L'affichage d'opinion

Dans la zone ZPR2 l'affichage d'opinion est possible. Il s'agit d'affiche d'opinion et de publicité relatives aux activités des associations sans but lucratif. Ce type d'affichage peut être placé sur des panneaux de 2m² chacun et doit être installé sur le domaine public ou privé de la mairie à une distance de moins d'1 kilomètre l'un de l'autre.

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-20250702-2025_26-DE

Chapitre 4 : État des lieux des publicités et enseignes et enjeux

I. État des lieux général

La commune des Baux-de-Provence est concernée par la présence des différents types de dispositifs d'affichage extérieur réglementés par le Code de l'Environnement. Néanmoins, **l'affichage de publicités et préenseignes y est très limité**. Plusieurs facteurs peuvent contribuer à cette préservation du territoire communal :

- L'éloignement de la commune des grands pôles urbains et des axes structurants. (La ville d'Arles est à près de 20 kms et 30 minutes de route) ;
- La faible présence d'activités commerciales autres que liées à la fabrication de produits du terroir ;
- La présence de nombreux périmètres de protections ;
- L'existence d'un premier RLP et la bonne application de la réglementation nationale.



Ainsi, sur la commune on observe essentiellement des enseignes scellées au sol et des préenseignes dérogatoires aux abords des axes départementaux.

En dehors des axes principaux, la majorité des enseignes est ensuite regroupée dans le centre-historique. **Ces deux secteurs représentent les espaces à enjeux du futur RLP**.

Les tissus urbains périphériques à dominante résidentielle ne présentent pas aujourd'hui de dispositifs publicitaires. Ils ne constituent pas des secteurs à enjeu, en dehors de leur préservation.

Les différents dispositifs n'ont pas fait l'objet d'un recensement exhaustif, néanmoins un recensement géographique et photographique mené en mars 2023 permet d'identifier les enjeux du territoire. Ces enjeux, sont présentés dans les parties suivantes, par secteurs et sur la base d'exemples illustrés.

II. État des lieux par secteur

1. Le centre-historique

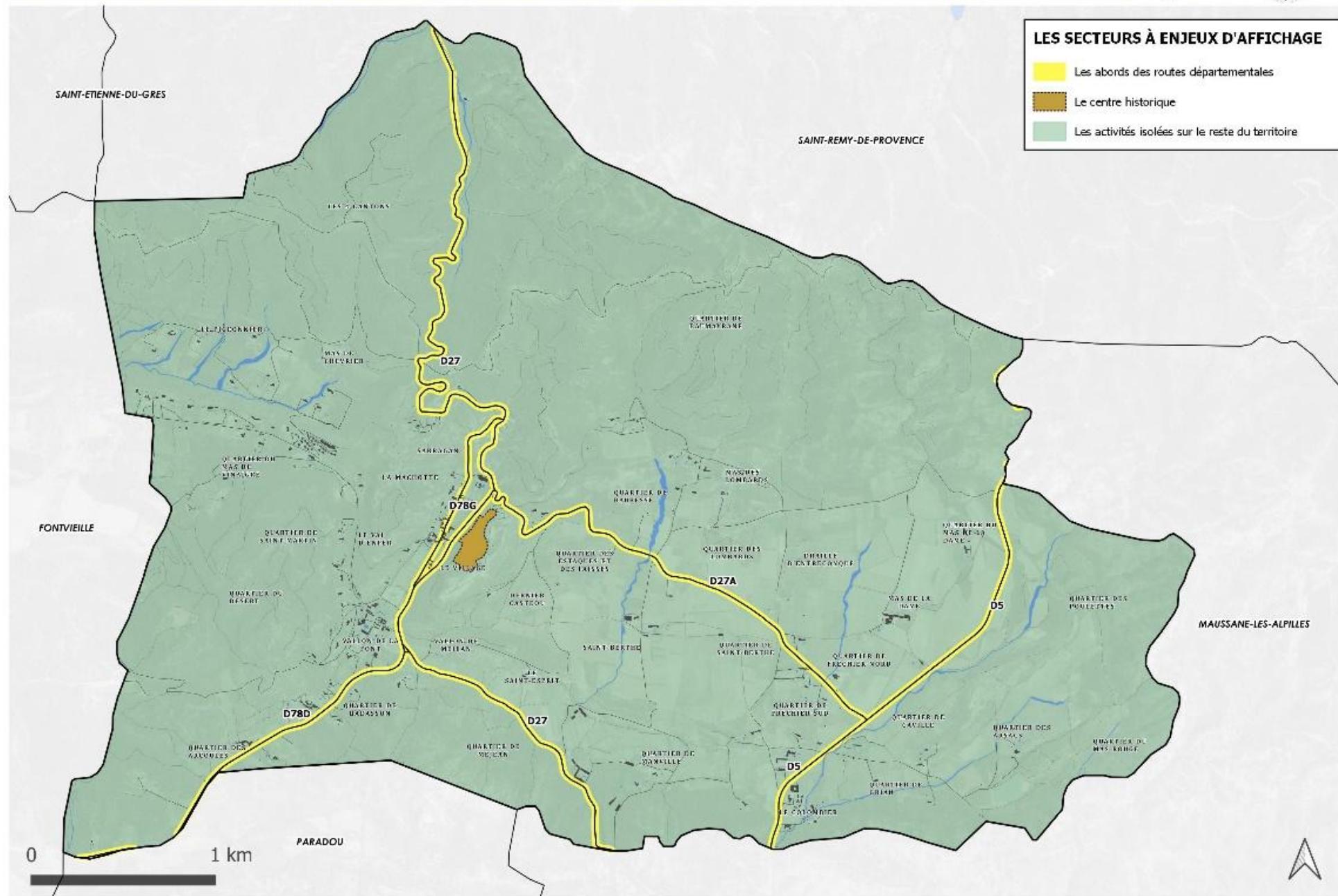
Caractéristiques de la zone :

- Centralité historique de la commune ;
- Secteur protégé par des classements patrimoniaux (Site Patrimonial Remarquable, sites inscrits, Monuments historiques)
- Nombreux équipements et commerces implantées au sein de la cité ;

Dispositifs d'affichage extérieur présents :

- Une absence totale de publicité ;
- Quelques préenseignes de type chevalet apposées sur le domaine public ;
- De nombreuses enseignes rencontrées :
 - En façade de bâtiment :
 - Apposées à plat ou parallèlement à un mur :
 - des enseignes « principales » en bandeau ou en lettres découpées ;
 - des enseignes « secondaires » pour les menus, horaires d'ouvertures, etc.
 - Apposées à plat sur des volets ;
 - Perpendiculaires au mur (en drapeau) ;
 - Apposées sur baie ;
 - Parallèles à un mur de clôture ou à une clôture ;
 - Sur auvents ou stores-bannes ;
 - Apposées au sol

LES SECTEURS À ENJEUX EN MATIÈRE D'AFFICHAGE EXTÉRIEUR



REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

1.1. Des enseignes parallèles à la façade

Des enseignes en bandeau apposées à plat sur la façade ou sur des menuiseries bois



Des enseignes apposées en imposte et dans les ébrasements





Des pistes de réflexion pour les enseignes apposées à plat sur la façade :

- Encadrer l'implantation des enseignes apposées à plat sur la façade (ex : interdire sur l'arcature et dans les ébrasements, éviter la suroccupation du soubassement)
- Encadrer le format (largeur de l'ouverture/hauteur)
- Encadrer l'esthétisme (lettres découpés, emploi de matériaux nobles (pierre, métal, bois...))

Des enseignes secondaires (menus/horaires d'ouverture)



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Limiter le nombre d'enseignes apposées à plat sur la façade
- Encadrer le format maximum autorisé, l'implantation et l'esthétique
- Encadrer l'implantation (ex : interdire l'enseigne sur les volets)

1.2. Des enseignes sur baie



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Autoriser l'enseigne sur baie uniquement en l'absence d'autres enseignes
- Imposer un format maximum (définir un pourcentage d'occupation de la baie)
- Encadrer l'esthétisme (lettres opaques uniquement, interdire les photos/images)

1.3. Des enseignes parallèles à un mur de clôture ou à une clôture

Des enseignes apposées à plat sur un mur de clôture (menus/horaires d'ouvertures)



Des enseignes apposées à plat sur une clôture



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Limiter le nombre d'enseignes apposées sur le mur de clôture
- Encadrer le format maximum autorisé, l'esthétique
- Encadrer l'implantation (ex : interdire sur les murs ne comportant pas d'ouverture commerciale)
- Interdire l'affichage d'enseigne sur les clôtures non aveugles, grillagées

1.4. Les enseignes sur marquises

Des pistes de réflexion pour ce type de support :

Interdire les enseignes sur marquises (elles même interdites dans le règlement du SPR et dans le RLP précédent)



REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-24250702-2025_26-DE

1.5. Des enseignes perpendiculaires (en drapeau)



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Encadrer l'implantation des enseigne perpendiculaires
- Limiter le nombre, le format, l'esthétique (matériaux, couleurs)

1.6. Les enseignes (préenseignes) apposées au sol



Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Encadrer le nombre d'enseignes apposées au sol (si elles sont implantées dans l'emprise d'une terrasse)
- Interdire les préenseignes apposées au sol sur le domaine public

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-24250702-2025_26-DE

2. Les abords des axes départementaux

Caractéristiques de la zone :

- Il s'agit ici des principaux axes reliant la cité des Baux-de-Provence aux communes voisines (D5, D27, D27A, D78F) ;
- Desserrent de nombreux domaines, mas, quelques restaurants, hôtels et autres activités isolées ;



Dispositifs d'affichage extérieur présents :

- Une quasi-absence de publicité/préenseignes ;
- Quelques préenseignes dérogatoires indiquant la proximité de domaine/mas ;
- Des enseignes rencontrées ponctuellement sur les unités foncières d'activités :
 - En façade de bâtiment :
 - Apposées à plat ou parallèlement à un mur
 - Perpendiculaires au mur (en drapeau) ;
 - Apposées sur baie ;
 - Parallèles à un mur de clôture ou à une clôture ;

- Quelques enseignes scellées au sol ou apposées directement sur le sol ;
- De barrettes de signalétiques directionnelles et SIL (hors champs du RLP)



2.1. Des préenseignes

Quelques préenseignes apposées ou scellées au sol sont rencontrées aux abords des axes départementaux, à proximité du village.



Pour rappel, ce type de dispositif est interdit par la réglementation nationale sur l'ensemble du territoire communal des Baux de Provence.

En effet, l'Article R.581-31 du Code de l'environnement indique que : *Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.*

De plus l'Article L.581-8 du Code de l'environnement interdit la publicité dans de nombreux périmètres réglementaires et notamment :

- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- 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.

2.2. Des préenseignes dérogatoires

Plusieurs préenseignes dérogatoires sont visibles aux abords des axes départementaux.

Ces dernières sont autorisées en dehors des lieux qualifiés d'agglomération, conformément à l'article L581-19 du Code de l'environnement.

Les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires sont :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20.



Pour rappel (Article R581-66 et 67 du Code de l'environnement), *il ne peut y avoir plus de deux préenseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir. Quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.*

Les préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

2.3. La SIL (Signalétique d'Information Locale)



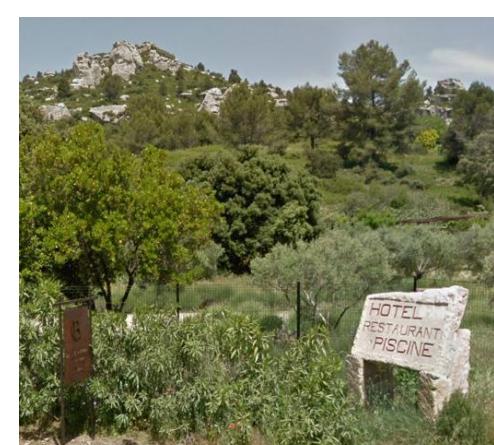
Relevant du code de la route, cette microsignalétique a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité. Ce type de dispositif ne relève pas de la réglementation de la publicité extérieure.

Selon l'article L.581-19 du code de l'environnement, seule la SIL pourra se substituer aux préenseignes, dites « dérogatoires », qui signalent, hors agglomération, les activités particulièrement nécessaires aux personnes en déplacement, les activités exercées en retrait de la voie publique et les activités liées à des services publics ou d'urgence.

2.4. Des enseignes scellées ou apposées au sol

Des enseignes essentiellement scellées au sol ou apposées au sol







Pour rappel, l'article R581-64 du Code de l'environnement indique que : *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.*

L'article R581-65 limite la surface unitaire maximale des enseignes scellées ou apposées au sol à 6 m². Ces enseignes ne peuvent dépasser 6,50 mètres de haut lorsqu'elles font 1 mètre ou plus de large ; 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Limiter le nombre d'enseigne scellée ou apposée au sol < à 1m²
- Limiter le format des enseignes scellées ou apposées au sol > à 1m²
- Privilégier/imposer l'utilisation de matériaux nobles (pierre, métal, ...).

2.5. Des enseignes apposées à plat sur un mur de façade



Pour rappel l'article R581-63 du Code de l'environnement indique que : 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.

2.6. Des enseignes apposées à plat sur un mur de clôture



Des pistes de réflexion pour ce type de dispositif :

- Limiter le nombre d'enseigne apposée en façade
- Encadrer le format des enseignes
- Privilégier les lettres découpées

Des pistes de réflexion pour ce type de support :

- Limiter le nombre d'enseigne apposée sur un mur de clôture
- Encadrer le format des enseignes
- Imposer les lettres découpées
- Privilégier/imposer l'utilisation de matériaux nobles (pierre, métal, ...)

Chapitre 5 : Synthèse des enjeux par secteur

I. Enjeux en matière de publicité

- ***La préservation du territoire communal de l'affichage publicitaire (hors préenseignes dérogatoires), conformément au code de l'environnement et aux orientations de la Charte du Parc Naturel Régional des Alpilles.***

La réglementation nationale de publicité, interdit au sol l'ensemble des dispositifs publicitaires et les préenseignes (sauf dérogatoires) dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Par la simple application de la réglementation nationale, la commune des Baux-de-Provence est déjà protégée de ce type de dispositif.

De plus, les nombreux périmètres de protection identifiés sur la commune (SPR, Site classé, Site inscrit, PNRA), généralisent l'interdiction d'affichage sur le territoire communal.

Les quelques dispositifs actuellement visibles aux abords des axes départementaux ne présentent donc pas un enjeu pour le RLP puisqu'ils sont voués à disparaître.

- ***Le développement de la signalétique d'information locale (SIL) favorable à la visibilité des activités locales.***

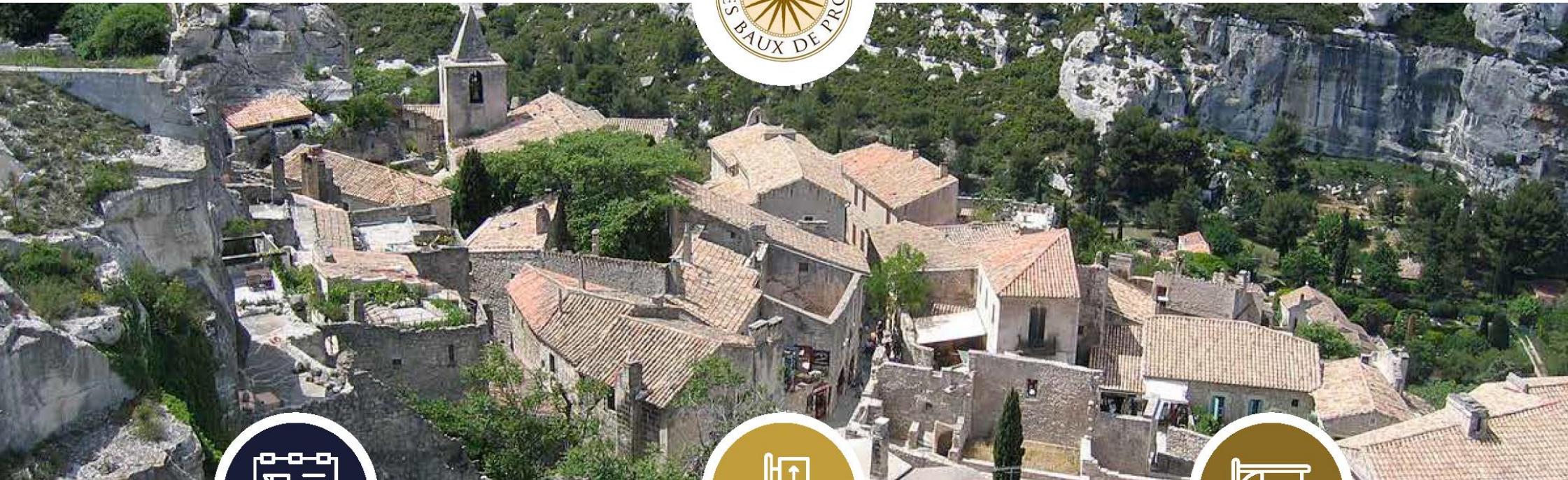
La SIL ne relève certes pas de la réglementation de la publicité extérieure mais du code de la route, elle ne peut donc être réglementé dans le cadre du RLP.

Toutefois, pour des raisons de visibilité commerciale et d'attractivité économique, cette micro-signalétique peut s'avérer indispensable pour les activités pas ou peu visibles depuis la voie publique.

Elle pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'harmonisation, de lisibilité et de visibilité.

II. Enjeux en matière d'enseignes

- ***La valorisation de l'image et l'attractivité de la cité des Baux-de-Provence***
 - En améliorant l'esthétisme de certaines enseignes apposées sur les façades, qui bénéficient d'un potentiel de valorisation, notamment par l'emploi de lettres découpées, l'utilisation de matériaux nobles et de couleurs adaptées au caractère historique ;
 - En encadrant le nombre d'enseignes maximum par activité ;
 - En encadrant les formats ;
 - En limitant les possibilités d'implantation (interdire l'affichage sur les éléments d'architecture de façade, les volets, balcons, clôtures, etc..) ;
 - En encadrant les enseignes scellées ou apposées au sol.
- ***La préservation des abords des axes départementaux, principaux axes de traversé communale :***
 - En limitant le format des enseignes scellées au sol,
 - En veillant à leur qualité (matériaux, esthétique, colorimétrie) ;
 - En encadrant les implantations d'enseignes apposées sur clôture et mur de clôture ;
 - En privilégiant les enseignes composées de lettres découpées.



Partie 2 : ORIENTATIONS

I. Orientation 1 - Préserver et mettre en valeur l'identité des Baux-de-Provence, ses richesses paysagères et patrimoniales

La règlementation nationale de publicité s'applique sur la commune des Baux-de-Provence depuis janvier 2021, date de caducité du RLP précédent.

En l'absence de RLP, les possibilités d'affichage publicitaire sont inexistantes. En effet, l'unique zone qualifiée d'agglomération correspond à la cité des Baux-de-Provence, installée sur son éperon rocheux. Celle-ci est concernée par de nombreux périmètres de protection (Site Patrimonial Remarquable, Monuments Historiques, Sites inscrits, Sites classés, Parc Naturel Régional des Alpilles, Sites Natura 2000) entraînant par application des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement une interdiction d'affichage totale en matière de publicité et de préenseigne.

Afin d'entretenir la qualité de ses paysages, de son patrimoine et de son cadre de vie, la commune souhaite adapter les règles de la règlementation nationale aux enjeux locaux applicables aux enseignes et préenseignes dérogatoires.

Dans cette optique, la commune s'engage à :

➤ Promouvoir une identité qualitative d'enseignes dans le centre-historique

Pour concilier les enjeux d'attractivité touristique, économique et de protection du patrimoine bâti historique de la cité, la commune souhaite adapter les règles nationales relatives aux enseignes dans le centre-historique.

*« Porteuse d'attractivité et d'identité, l'enseigne peut mettre en valeur une activité autant qu'un lieu ou une architecture, mais elle peut aussi le dégrader ou le banaliser » (extrait du guide *Se signaler dans les Alpilles*).*

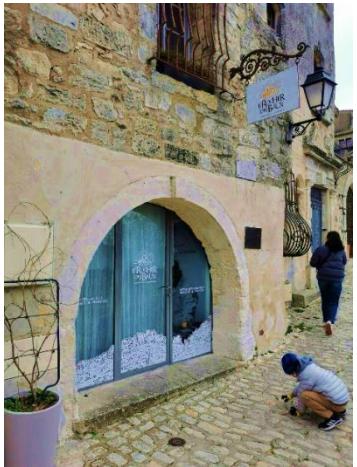
Dans l'optique de valoriser l'image qualitative de la cité, la commune souhaite promouvoir une identité d'enseignes en confortant certains principes déjà engagés et en renforçant davantage cette tendance visuelle sur l'ensemble des commerces.



Ainsi, pour le centre-village, la commune souhaite :

- Limiter le nombre d'enseignes autorisées par activité ;
- Renforcer la qualité des enseignes en façade en favorisant notamment les enseignes en lettres découpées ou peintes, ainsi que l'emploi de matériaux nobles, en adéquation avec le caractère historique du centre villageois ;
- Préserver les étages de tout dispositif, dès lors que ceux-ci ne reçoivent pas d'activité économique ;
- Encadrer l'implantation des enseignes apposées à la façade ;
- Interdire les enseignes éclairées autrement que par projection.

De façon générale, à l'échelle du centre-ville une harmonisation graphique des dispositifs est recherchée.



➤ Encadrer la pollution lumineuse et les consommations d'énergie

La commune des Baux-de-Provence comporte certaines enseignes lumineuses. En cohérence avec la politique de développement durable portée par la commune, les élus souhaitent contrôler la pollution lumineuse et la consommation d'énergie.

Ainsi pour répondre à ce besoin de diminution de consommations énergétiques mais aussi de réduction de la pollution lumineuse, la commune souhaite interdire l'éclairage des enseignes dans le centre-historique.

De plus, la commune s'engage à définir une plage d'extinction nocturne adaptée aux enseignes lumineuses sur le reste du territoire.



➤ Maintenir l'interdiction d'affichage publicitaire sur la commune

Conformément au code de l'environnement et aux objectifs de la charte du Parc Naturel Régional des Alpilles, la commune confirme l'interdiction d'affichage publicitaire sur son territoire.



II. Orientation 2 - Assurer la visibilité des activités économiques et culturelles locales

➤ Valoriser les enseignes d'activités situées le long des axes routiers structurants

La commune est reliée par 4 axes départementaux qui comptent en leurs abords un certain nombre d'enseignes. Afin de concilier la visibilité des activités et la qualité paysagère du territoire la commune affiche comme objectifs de :

- Limiter le format des enseignes scellées au sol et valoriser leur esthétisme ;
- Limiter les enseignes sur les murs de clôture dans leur nombre et leur format
- Supprimer les préenseignes conformément aux règles nationales (sauf préenseignes dérogatoires)



➤ Renforcer la Signalétique d'Information Locale (SIL) pour les activités les plus isolées

Afin d'améliorer la visibilité des commerces et activités communales, parfois isolées et ainsi compenser l'interdiction d'afficher des préenseignes au sol induit par l'article R581-31 du Code de l'environnement, la commune envisage d'améliorer la signalétique d'information locale déjà en place.





Partie 3 : JUSTIFICATION DES CHOIX

Chapitre 1 : Délimitation des zones du règlement local de publicité

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

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

- Zone de publicité n°1 (ZP1) : **La Cité des Baux**
- Zone de publicité n°2 (ZP2) : **Le reste du territoire (hors agglomérations)**

I. ZP1 : La Cité des Baux

Le périmètre de la ZP1 couvre la cité des Baux-de-Provence ; il correspond à une partie de l'ancienne zone ZPR1 du RLP aujourd'hui caduc.

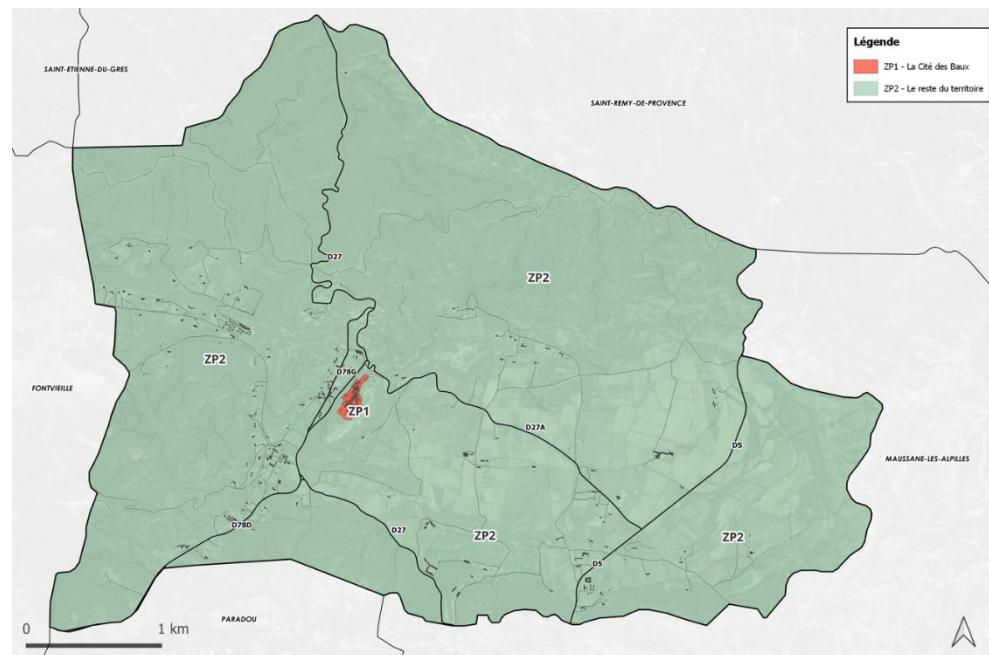
Se concentrent sur ce secteur :

- Des enjeux de valorisation de l'image qualitative de la cité via la promotion de l'identité d'enseignes ;
- Des enjeux d'attractivité touristique, économique et de protection du patrimoine bâti historique de la cité.

On peut noter l'absence totale de publicité, le secteur ne disposant que d'enseignes et quelques préenseignes de type chevalet apposées sur le domaine public.

Pour valoriser la qualité de cet espace et la lisibilité des éléments bâties, des objectifs spécifiques ont été définis pour ce secteur :

- Maintenir l'interdiction d'affichage publicitaire sur la commune ;
- Encadrer la pollution lumineuse et les consommations d'énergie ;
- Promouvoir une identité qualitative des enseignes dans le centre-historique.



II. ZP2 : Le reste du territoire (hors agglomération)

La zone n°2 (ZP2) couvre l'ensemble du territoire communal situé en dehors du périmètre physique d'agglomération délimité en ZP1.

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

Rappel :

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

En l'absence de possibilité d'affichage publicitaire, l'objectif de cette zone est d'assurer la visibilité des activités économiques et culturelles locales.

Chapitre 2 : Choix retenus pour la partie réglementaire

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, notamment ses articles L 581-1 à L 581-45 et ses articles R 581-1 à R 581-88.

I. Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

Interdiction de la publicité (article 1)

Le RLP procède ici à un rappel des principales interdictions d'affichage publicitaire édictées par le code de l'environnement et qui s'appliquent au territoire communal :

- En dehors des lieux qualifiés d'agglomération (L.581-7) ;
- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques et sur les arbres (L.581-4) ;
- Aux abords des monuments historiques, dans le périmètre des SPR, dans les parcs naturels régionaux et dans les sites inscrits (L.581-8). Plus précisément, ces périmètres constituent des interdictions dites relatives, puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP. Au regard des forts enjeux patrimoniaux et de l'absence de publicité actuellement dans ce secteur, il est fait le choix de maintenir dans le RLP cette interdiction s'appliquant d'ores et déjà sur le territoire ;
- Pour les dispositifs publicitaires non lumineux scellés ou directement installés sur le sol (R.581-31) ;
- Sur les équipements listés à l'article R.581-22 (plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, murs de cimetière et de jardin public, ...)

Préenseignes (article 2)

Le RLP rappelle ici, selon l'article L.581-19 du code de l'urbanisme, que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité et sont donc interdites sur l'intégralité du territoire communal à l'exception des préenseignes dérogatoires.

Préenseignes dérogatoires (article 3)

Les préenseignes dérogatoires sont les seules préenseignes autorisées hors agglomérations. Ces dernières jouent un rôle majeur en matière de visibilité pour les activités agricoles de la commune, principalement viticoles et oléicoles.

Le RLP procède ainsi à un rappel des activités pouvant être signalées par ce type de préenseignes ainsi que les articles du code de l'environnement qui s'appliquent. Il rappelle également en annexes les préconisations établies par la Charte du Parc Naturel Régional des Alpilles relatives au format et à l'aspect de ces dispositifs.

Préenseignes temporaires (article 4)

Le code de l'environnement prévoit un régime particulier pour les dispositifs présentant un caractère temporaire. Ses articles R.581-68 à R.581-71 distinguent le cas des dispositifs installés pour une durée inférieure à trois mois, de celui des préenseignes installées pour plus de trois mois.

L'installations des dispositifs nécessaires à la signalisation des manifestations ou opérations exceptionnelles doit rester possible pour l'animation et la vie du village.

Le règlement du RLP rappelle ainsi simplement les règles nationales applicables ainsi que les modalités définies par la charte du Parc Naturel Régional des Alpilles qui définit une largeur de 0,60 mètres au lieu de 1,50 mètres.

Emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (article 5)

Dans toutes les zones situées en agglomération, 4 m² doivent être réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (article R581-2 CE).

II. Dispositions relatives aux enseignes

1. Dispositions générales

L'ensemble des règles imposées dans le règlement va dans le sens d'une harmonisation et de la qualité des enseignes. Ces règles visent à répondre aux objectifs suivants :

- Promouvoir une identité des enseignes dans le centre historique ;
- Encadrer la pollution lumineuse et les consommations d'énergie ;
- Valoriser les enseignes d'activités situées le long des axes routiers structurants.

Le RLP comprend ainsi les dispositions poursuivant ces objectifs :

- ***Les autorisations spécifiques***

Le RLP rappelle les espaces nécessitant une autorisation spécifique de l'Architecte des Bâtiments de France ou du Préfet de Région pour l'installation des enseignes (article R.581-16 CE) et pouvant faire l'objet de prescriptions architecturales plus spécifiques :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable ;
- Dans les périmètres délimités des abords (PDA) de monuments historiques ;
- Dans les rayons de 500 m de monuments historiques en cas de co-visibilité ;
- En site classé.

- ***L'interdiction d'enseignes spécifiques***

Le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée peu qualitative afin d'éviter toute installation de ceux-ci :

- Sur les arbres,
- Sur les toitures ou terrasses en tenant lieu sont interdites,
- Sur les gardes corps de balcon ou balconnet,
- Sur stores, auvents ou marquises.
- Sur support souple de type bâches, banderoles, oriflammes, etc....

Les enseignes lumineuses autres que rétroéclairées ainsi que les enseignes numériques sont également interdites. Les enseignes lumineuses autorisées, dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines compris, doivent respecter les plages horaires d'extinction de 21h à 7h, dans un objectif de limitation de la pollution lumineuse nocturne, à l'exception des activités ouvertes de nuit pouvant être éclairées durant les horaires d'ouverture.

- ***Des règles d'implantation et de format maximum pour les enseignes temporaires***

Le RLP prévoit des dispositions spécifiques dans chaque zone, applicables aux enseignes permanentes en termes d'implantation, de dimensions et d'aspect.

Pour limiter l'impact des enseignes temporaires, parfois nécessaires à certaines opérations commerciales, l'affichage temporaire est limité aux seules enseignes apposées au sol, scellés au sol ou apposée parallèlement à un mur de façade.

La surface maximum autorisée est de 2m² pour les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou les opérations exceptionnelles de moins de trois mois et à 4m² lorsque l'enseigne signale des travaux publics ou opérations immobilières de lotissement, construction, etc.

- ***Les règles d'entretien et la dépose des enseignes***

Afin de se prémunir du mauvais entretien des enseignes ou de la non-dépose de celles-ci en cas de cessation d'activité, le RLP rappelle l'article R581-58 du Code de l'Environnement. Une enseigne doit en effet être constituée de matériaux durables, maintenue en bon état et supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée dans les 3 mois suivants la cessation de son activité.



2. Dispositions applicables dans la zone ZP1

Figurant parmi les Plus Beaux Village de France, l'image des rues et commerces du centre historique des Baux de Provence a perdu en qualité (débords de marchandises et présentoirs sur le domaine public, diffusion de musique, démarchage pour faire goûter les produits, surenchère de panneaux et pancartes d'affichage, ...).

Le centre-historique présente en outre une disparité d'enseignes (qualité, format, implantation, choix des matériaux et couleurs), parfois peu en adéquation avec l'intérêt patrimonial des lieux.

Le RLP a donc pour objectif de contribuer au **renforcement de l'identité des Baux**, au travers des enseignes notamment, qui devront être sobres et qualitatives, avec des matériaux, des formes et des couleurs soignés, respectueux de l'identité du village et de sa minéralité. Il s'agit de préserver et mettre en valeur les espaces à protéger pour des raisons architecturales ou patrimoniales, dans le respect de la composition urbaine et du cadre de vie du vieux village.

Concilier la dynamique des activités économique et l'attractivité touristique passe également par la perception visuelle des rues commerçantes. Pour ce faire, le RLP vise un **traitement harmonieux et qualitatif des enseignes**, de façon à valoriser les façades architecturales accueillant ces dispositifs.

Il s'agit d'une part de dédensifier pour tous les commerces l'affichage sur les murs de la cité, l'accumulation des ardoises notamment étant trop impactantes et nuisibles à la mise en valeur du patrimoine. Et d'autre part d'interdire les couleurs et illustrations trop voyantes, criardes ou fluos, qui dénaturent le site en lui faisant perdre sa noblesse et sa sobriété.

La spécificité des activités doit toutefois être prises en compte au regard de celles ayant des obligations réglementaires d'affichage (bars, restaurants, snacks, hôtellerie, ...). Le nombre de dispositifs doit s'adapter et être moins restrictif lorsqu'il s'agit d'afficher la carte des boissons et plats proposés ou services dispensés.

La mise en valeur de la cité nécessite aussi un rappel quant à la publicité et aux préenseignes dans l'enceinte de la cité. Les dispositifs de type-porte menu ou chevalet, outre le simple obstacle qu'ils constituent dans les rues étroites du village, sont en effet interdits lorsqu'ils sont posés sur le domaine public. Seuls ceux disposés sur l'emprise des terrasses privatives sont autorisés.

➤ Une densité d'enseigne encadrée

La profusion d'enseignes impacte souvent la perception du paysage urbain et fait perdre de la visibilité aux différentes informations associées. Afin de libérer l'espace visuel et de conserver une certaine lisibilité des espaces et des façades, le RLP encadre strictement le nombre d'enseignes par activités et par type de dispositif. Un compromis est trouvé entre encadrement réglementaire et marge de manœuvre laissée aux acteurs économiques dans leur choix d'affichage.

En ZP1, les commerçants pourront disposer au choix une enseigne par façade occupée :

- Une enseigne apposée à plat ou parallèlement à la façade ou à un mur de clôture ;
- Une enseigne latérale (en drapeau) ;
- Un dispositif installé directement sur le sol mais uniquement sur emprise privée.

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur :

- Un format limité :
 - 1 enseigne fixe par façade d'activité, une **enseigne fixe supplémentaire** apposée en partie latérale de l'ouverture principale du commerce pour les activités ayant des obligations d'affiche ou **une enseigne mobile**.
 - hauteur maximum de 0,30m pour les lettres découpées
 - l'enseigne mobile et l'enseigne latérale sont limitées à un format de 0,5 m² maximum
 - largeur limitée à celle de l'ouverture de la façade ou des coffres de façade
- Des règles d'implantation :
 - L'enseigne peut être installée sur le coffre des façades menuisées, dans une imposte directement sur la devanture en tableau
 - L'enseigne peut être installée sur la baie dans la limite d'occupation de 20% de la baie
 - L'enseigne peut être implantée en partie latérale de l'ouverture principale du commerce

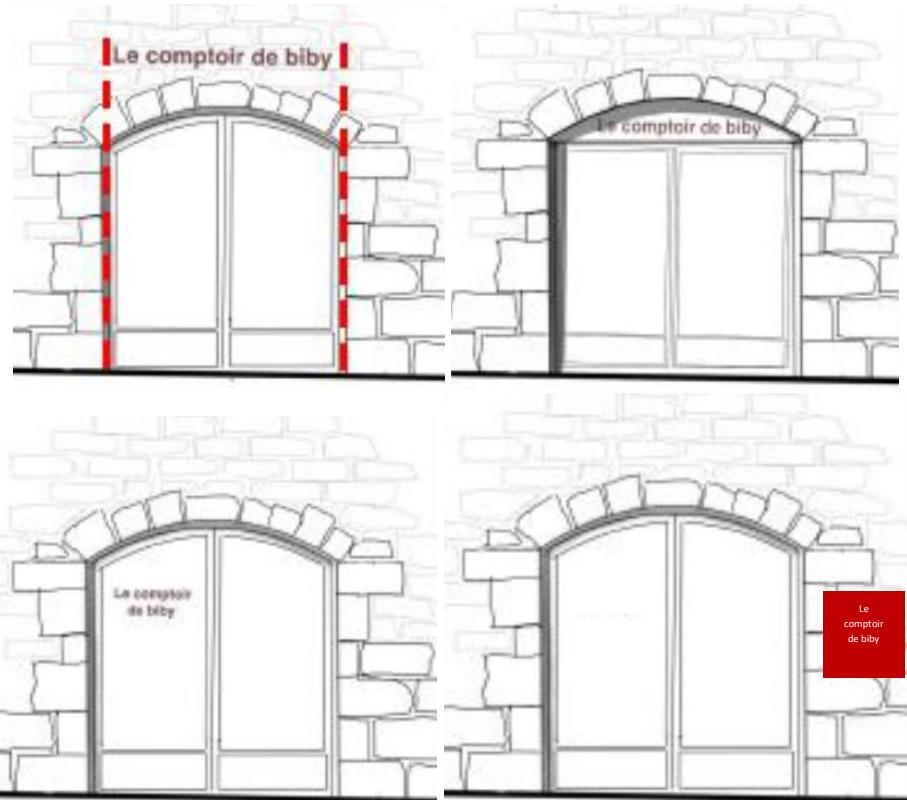


Figure 1 Règle d'implantation ZP1

- **Des règles d'aspects :**
 - o Sont imposées les lettres découpées ou peintes pour les coffres des façades menuisées ou opaques sur les baies ;
 - o L'enseigne mobile doit être de type ardoise ;
 - o Utilisation obligatoire des matériaux de type métal brut (non brillant) et fer forgé ;
 - o Couleurs fluorescentes ou vives à proscrire ;
 - o Choix des matériaux en harmonie avec la façade.

Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur de clôture :

- **Un format limité :**
 - o L'enseigne ne peut excéder un format de 0,5m²
 - o Une saillie maximale de 0,10m par rapport au mur ou portail

- **Des règles d'implantation :**
 - o L'enseigne ne doit pas dépasser les limites du mur ;
 - o L'enseigne est interdite dans les embrasures et ne doit pas masquer les pierres d'encadrements
- **Des règles d'aspects**
 - o L'enseigne peut être composée de lettres découpées ou être fixée sur un support rectangulaire de couleur uni

Pour les enseignes perpendiculaires à un mur (ou « enseigne en drapeau ») :

- **Un format limité :**
 - o Hauteur maximum de 0,50m
 - o Une saillie maximale de 0,50m
- **Des règles d'implantation :**
 - o L'enseigne ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur ;
 - o L'enseigne ne doit pas être installée devant une fenêtre, un balcon, ni au-dessus d'une ouverture ;
 - o La partie inférieure de l'enseigne doit être implantée à 2,50m minimum du niveau du sol.
- **Des règles d'aspects :**
 - o L'enseigne doit être de type « suspension » ;
 - o Les matériaux de type métal brut (non brillant) et fer forgé sont imposés pour les fixations et le bois, métal brut (non brillant) ou fer forgé pour le drapeau, support de l'enseigne.

Pour les enseignes scellées ou apposées au sol :

Les enseignes scellées au sol sont interdites. Seules celles nécessaires à diverses activités (ex : affichage de cartes et menus) sont autorisées mais uniquement sur emprise privée (parcelle privative ou autorisation d'occupation du domaine public) et strictement encadrées afin d'éviter une « surcharge » visuelle et un « encombrement » des rues du centre :

- Limitées à un seul dispositif par activité. Un dispositif supplémentaire est autorisé pour les commerces de bouche pour y inscrire le plat du jour ainsi que pour les activités situées en retrait de la voie dont la visibilité est limitée,
- Format limité à 0,70m de large et 1,30m de haut,
- Aspect de type chevalet ou porte menu (oriflammes, bâches, personnages ou figurines interdits).

3. Dispositions applicables à la ZP2

La publicité est interdite sur l'entier territoire de la commune au regard des protections environnementales ou patrimoniales et les dispositifs de préenseignes sont très encadrés par la réglementation, limités aux seuls dispositifs dérogatoires.

Les espaces hors agglomérations sont toutefois occupés par un certain nombre d'activités, principalement des hôtels et restaurants, souvent localisées aux abords des axes départementaux. Ces établissements ne font pas partie de ceux pouvant bénéficier de dispositifs de préenseigne dérogatoire. Ils ont pourtant besoin de bénéficier d'une visibilité commerciale. L'objectif est donc d'encadrer leurs possibilités de se signaler grâce au seul dispositif autorisé : l'enseigne.

Il s'agit alors de concilier l'attractivité économique et la visibilité de ces activités avec la protection des sites et paysages environnants, ainsi que la valorisation des traversées du territoire communale depuis les routes départementales.

De la même manière que pour la cité des Baux, le RLP prévoit des règles de densité mais aussi des règles relatives à l'aspect des enseignes.

➤ Une densité d'enseignes encadrée

La profusion d'enseignes impacte souvent la qualité de perception du paysage urbain et fait perdre de la lisibilité aux différentes informations associées. Afin de libérer l'espace visuel et de conserver une certaine lisibilité des espaces et des façades, le RLP encadre strictement le nombre d'enseignes par activités et par type de dispositif.

En zone ZP2, une activité peut disposer de 4 enseignes maximum au choix selon :

- 2 enseignes apposées à plat par façade commerciale et par activité ;
- Des enseignes apposées à plat sur les murs de clôtures ou scellées au sol ;
- 1 enseigne perpendiculaire.

Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur de bâtiment :

- **Densité limitée** à deux (2) enseignes maximums
- **Un format limité**
 - o Hauteur maximum de 0,80m
 - o Largeur limitée à 4 m
 - o Saillie maximum de 0,25m

- Les règles d'aspects

- o Lettrages découpés ou lettres peintes
- o Enseigne sur baie ne doit pas excéder **25%** de la surface. Seuls les lettrages et signes peuvent être opaques
- o Les photos ou autres impressions numériques sont **interdites**
- o Choix des couleurs et matériaux en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment

Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur de clôture

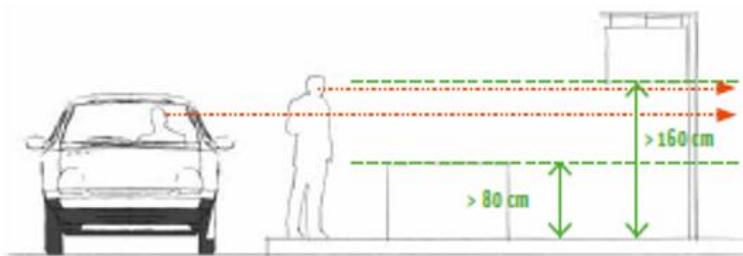
- **Densité limitée** : Uniquement si l'activité ne dispose pas déjà d'enseignes scellées au sol
- **Un format limité**
 - o La surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser **2m²** maximum par activité
 - o Une saillie maximale par rapport au mur ou portail de **0,10m**
- **Les règles d'implantations** le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée
- **Les règles d'aspects** - Seuls les lettrages découpés sont autorisés

Enseigne apposée perpendiculairement à un mur (ou « enseigne en drapeau »)

- **Densité limitée** : une enseigne murale par façade
- **Un format limité**
 - o Hauteur maximale de 0,5m
 - o La saillie entre le mur et le bord extérieur des enseignes ne doit pas excéder 0,8 m
- **Les règles d'implantations**
 - o L'enseigne ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur
 - o L'enseigne ne doit pas être installée devant une fenêtre, un balcon, ni au-dessus d'une ouverture
- **Les règles d'aspects**
 - o Matériaux de type métal brut non brillant, fer forgé est privilégié
 - o Les lettres et signes doivent s'inscrire sur un fond de couleur uni

Enseigne scellée au sol

- **Densité limitée** : une seule enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique
- **Un format limité**
 - o Lorsque l'enseigne est composée d'un bloc bas, surface limitée à **1m²** par face et **0,80m** de hauteur maximale
 - o Lorsque l'enseigne est composée d'un mât, la hauteur est limitée à **2,50m** et la largeur de **0,80m**. Le drapeau composant l'enseigne doit être à **1,60m** minimum au-dessus du sol



- **Les règles d'aspects**
 - o Pour les blocs bas, matériau massif de type pierre calcaire, béton ou bois obligatoire avec lettrages découpées et fixées ou gravées ou peintes
 - o Pour les mâts, ceux-ci sont en métal de préférence en ferronnerie avec une enseigne suspendue ou accrochée en drapeau
 - o Les oriflammes sont **interdites**

III. Synthèse générale

SYNTHESE – REGLES POUR LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES		
Zones	ZP1 – La Cité des Baux	ZP2 – Le reste du territoire (hors agglomération)
Catégorie	INTERDITE (R.581-31 du CE)	INTERDITE (L.581-7 du CE)
Apposée ou scellée au sol		
Murale		
Sur mobilier urbain		
Sur toiture ou toiture terrasse		
Sur garde-corps de balcon ou balconnets		
Sur bâche (R581-53)		
Préenseignes temporaires	Selon charte des Alpilles : 0,60m de large et 1m de haut	
Préenseignes dérogatoires	INTERDITE	Cf Charte des Alpilles

SYNTHESE – REGLES POUR LES ENSEIGNES

Catégorie d'enseignes	Zones	ZP1 – La Cité des Baux	ZP2 – Le reste du territoire (hors agglomération)
- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques - Dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable - Dans les rayons de 500 m de monuments historiques en cas de co-visibilité - En site classé	AUTORISATION SPECIFIQUE NECESSAIRE (R.581-16 du CE)		
- Sur les arbres - Sur toitures ou terrasses - Sur garde-corps de balcon ou balconnet - Sur stores, auvents ou marquises - Permanentes sur support souple - Lumineuses autres que rétroéclairées et numériques	INTERDITE		
Nombre d'enseignes max par activité	3		4
Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur	De bâtiment	Nombre	1 fixe + 1 supplémentaire (en cas d'obligation d'affichage)
		Hauteur max	0,30m
		Largeur max	Limitée à l'ouverture de la façade et des coffres de façade
		Surface max de l'enseigne supplémentaire/secondaire	0,5m ²
		Saillie	/
		Implantation	Occupation sur seulement 20% de la baie Doit s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade Occupation sur seulement 25% de la baie
		Aspect	Lettres découpées ou peintes /opaques imposées Utilisation obligatoire de matériaux de type métal brut et fer forgé Enseigne mobile de type ardoise uniquement
	De clôture	Nombre	1
		Surface max	0,5m ²
		Saillie max	0,10m par rapport au mur/portail
	Aspect	Lettres découpées ou support rectangulaire de couleur uni	

REÇU EN PREFECTURE

le 09/07/2025

Application agréée E-legalite.com

21_RP-013-211300116-20250702-2025_26-DE

Enseignes apposées perpendiculairement à un mur	Nombre	1	1
	Hauteur max	0,50m	0,50m
	Saillie max	0,50m	0,80m
	Implantation	2,50m minimum au niveau du sol	/
	Aspect	Type « suspension » Matériaux de type métal brut et fer forgé imposés pour les fixations / Bois, métal brut ou fer forgé pour le drapeau et support de l'enseigne	Matériaux de type métal brut, fer forgé privilégiés Lettres et signes sur fond de couleur uni
Enseignes scellées au sol	Nombre	INTERDITE	1 – le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique Oriflamme interdite
	Hauteur max		0,80m pour le bloc bas 2,50m pour le mât / le drapeau doit être à 1,60m min au-dessus du sol
	Surface max		1m ² par face pour le bloc bas
	Largeur max		0,80m pour le mât
	Aspect		Pour le bloc bas – matériau massif (pierre calcaire, béton ou bois) obligatoire et lettre découpées/gravées/peintes Pour les mâts – métal (ferronnerie de préférence) avec enseigne suspendue ou accrochée en drapeau
Enseignes apposées au sol	Nombre	1	INTERDITE
	Surface	0,70m de large et 1,30m de haut	
	Aspect	Chevalet et porte menu uniquement	