

Conclusions - Annexe n°2

Synthèse du diagnostic

Le RLP actuel comporte 6 Zones de Publicité Restreinte

- ZPR1a : lieux interdits à la publicité (dont périmètre de 100m aux abords des monuments historiques et secteurs sauvegardé hormis extérieur des boulevards)
- ZPR1b : extérieur des boulevards bordant le secteur sauvegardé
- ZPR2a : route de Montpellier, boulevard Allende, RN86, avenue Pierre Mendès France, impasse Bellegarde, avenue Marc Boegner.
- ZPR2b : route d'Alès, route de Sauve, avenue Kennedy, route d'Uzès, route de Beaucaire.
- ZPR3 : ronds-points à feux, carrefours à sens giratoire, giratoires percés, existants ou à créer.
- ZPR4 : emprises ferroviaires

et 2 zones spécifiques

- 1 zone de publicité élargie : zone industrielle de Saint Césaire, nouvelles zones à vocation industrielle qui seront créées ultérieurement en agglomération.
- 1 zone de publicité autorisée hors agglomération : zone industrielle de Grézan, les ZAC créées ou à créer hors agglomération.

Synthèse Publicités et pré-enseignes

Zone de publicité	Diagnostic
ZPR2a (hors emprises ferroviaires)	<p style="text-align: center;">Entrées de ville, traversées urbaines principales</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤Route d'Avignon, entrée nord – est du territoire (sortie A9 Nîmes centre) ➤Boulevard du Président Salvador Allende, entrée Sud du territoire (sortie A9 Nîmes Ouest) ➤Route de Montpellier (N113) > entrée Sud-Ouest du territoire ➤Boulevard Marc Boegner, entrée Nord du territoire ➤Abords de la gare, boulevard Sergent Triaire et boulevard Talabot <p style="text-align: center;"><u>Types de dispositifs utilisés</u></p> <p>- Publicité murale - Publicité scellée ou posée au sol - Publicité sur mobilier urbain - Lumineux</p> <p><u>Exemples de caractéristiques remarquables des affichages</u> (dans l'ordre ci-dessus)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 m² maximum (moultures exclues) - inter distance de 80m entre 2 faces publicitaires <p style="text-align: center;">Enjeux du secteur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Route de Montpellier : forte empreinte visuelle, grand format, densité élevée d'enseignes au sol. • Importante pollution visuelle.

ZPR4 (emprises ferroviaires)	<p><u>Types de dispositifs utilisés</u></p> <p>- Publicité murale - Publicité scellée ou posée au sol - Publicité sur mobilier urbain - Lumineux</p> <p><u>Exemples de caractéristiques remarquables des affichages</u> (dans l'ordre ci-dessus)</p> <p>- 12 m² maximum (moultures exclues) - Inter distance de 60m entre 2 faces publicitaires</p> <p>Enjeux du secteur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprise visuelle importante le long de ces axes • Attractivité du territoire, valorisation paysagère des axes concernés, première image du territoire.
---	--

Zone de publicité	Diagnostic
ZPR2b	<p>Les entrées de ville secondaires</p> <p>➤Route d'Uzès ➤Route d'Alès ➤Route de Sauve ➤Avenue Kennedy</p> <p><u>Types de dispositifs utilisés</u></p> <p>- Publicité murale - Publicité scellée ou posée au sol - Publicité sur mobilier urbain - Lumineux</p> <p><u>Exemples de caractéristiques remarquables des affichages</u> (dans l'ordre ci-dessus)</p> <p>- 12 m² maximum (moultures exclues) - Inter distance de 60m entre 2 faces publicitaires</p> <p>Enjeux du secteur</p> <p>Forte empreinte visuelle sur le paysage, première image du territoire (attractivité du territoire). Valorisation paysagère des axes concernés. Cadre de vie résidentiel. Dispositifs de grande ampleur. Secteur à caractère résidentiel. Emprise étroite de la voirie. Dimensions peu adaptées au contexte urbain (Difficulté d'application de la règle d'inter-distance).</p>

Synthèse Enseignes

Zone de publicité	Diagnostic
ZPR1a et ZPR1b	<p style="text-align: center;">Les enseignes en secteurs à forte valeur paysagère et patrimoniale : centres historiques et centre-ville</p> <p>➤ Centre-historique (périmètre de site Patrimonial Remarquable) et ses abords ➤ Centres historiques (noyaux villageois) de Saint-nectaire et de Courbessac.</p> <p style="text-align: center;"><u>Types de dispositifs utilisés</u></p> <p>- Enseigne scellée au sol - Enseigne murale parallèle : enseignes en lettres découpées fixées directement façade, lettres découpées sur devanture bois ou façades peintes, enseignes sur auvents et stores-bannes, enseignes sur support transparent, autres - Enseigne murale en potence ou en drapeau perpendiculaires à la façade - Autres</p> <p><u>Exemples de caractéristiques remarquables des affichages (dans l'ordre ci-dessus)</u></p> <p>- interdite - sans publicité : surface maximum = linéaire de façade x 1m de hauteur, avec publicité : 2 m² maximum - 1 m² maximum lorsque l'activité s'exerce sur un seul niveau. Sinon: RNP - Enseignes clignotantes ou électroniques interdites</p> <p>Les enseignes en centre-historique et aux abords des monuments historiques restent soumises à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).</p> <p style="text-align: center;">Enjeux du secteur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forte valeur paysagère et patrimoniale. • Lisibilité du patrimoine architectural. • Attractivité du centre historique. • Qualité d'enseigne à maintenir. Enseignes soumises à l'avis de l'ABF.

Zone de publicité	Diagnostic
<p>ZPR2a, ZPR2b, ZPR3 ZPR4, ZPE, ZPA</p>	<p style="text-align: center;">Les zones commerciales et zones d'activités mixtes</p> <p>➤Cœurs de zones d'activités ou commerciales : traversées Route de Montpellier, Route d'Avignon, Route de Beaucaire ZI de Grézan. ➤Ceinture commerciale de Nîmes : Ville Active ➤Pôles de proximité et quartiers à vocation d'habitat</p> <p style="text-align: center;"><u>Types de dispositifs utilisés</u></p> <p>- Enseigne scellée au sol - Enseigne murale parallèle - Enseigne murale en drapeau - Autres</p> <p><u>Exemples de caractéristiques remarquables des affichages</u> (dans l'ordre ci-dessus)</p> <p style="text-align: center;">En ZPR2a, ZPR2b, ZPR3</p> <p>- Mats porte-enseigne : 2m² maximum, hauteur au sol : 8m maximum, 1 dispositif par unité foncière - Enseignes sans publicité : 1 par activité maximum, surface maximum = linéaire de façade x 1m de hauteur sans excéder 12m² - Enseignes sans publicité : 1 par activité maximum, 1 m² maximum lorsque l'activité s'exerce sur un seul niveau, sinon RNP</p> <p style="text-align: center;">En ZPR4</p> <p>- Type Totem obligatoirement : hauteur au sol : 2,5m maximum, largeur : 0,8m maximum - Enseignes « sans publicité » : sans excéder 12m² , enseignes « avec publicité » : sans excéder 8m² -</p> <p style="text-align: center;">En ZPE</p> <p>- ? - 1 par activité maximum : surface maximum = linéaire de façade x 1m de hauteur, sans excéder 12m² - 1 par activité maximum : 1 m² maximum lorsque l'activité s'exerce sur un seul niveau, sinon : RNP - / -</p> <p style="text-align: center;">En ZPA</p> <p>? (Erreur numérotation règlement)</p> <p style="text-align: center;"><u>Enjeux du secteur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrée. Cadre de vie. • Surabondance des enseignes scellées au sol, notamment dans les quartiers résidentiels • Lisibilité des messages publicitaires. • Amélioration de la qualité des enseignes. <p style="text-align: center;">Sur la route de Montpellier :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forte emprise visuelle, forte pollution visuelle • Accumulation entraînant une fermeture des espaces et une perte de lisibilité des publicités et enseignes.

Le diagnostic est exhaustif ce qui permet de faire émerger les objectifs.