



MESURE 33

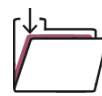
Encadrer la signalétique et la publicité



Court terme



En lien avec le Plan de Parc



Mesures 13, 14, 15, 17, 22, 23, 24, 28, 29, 30 et 32

La publicité*, les enseignes* et pré-enseignes*, sont des supports de valorisation et de promotion des activités du territoire. La prolifération anarchique de ces dispositifs contribue à la dévalorisation du cadre de vie des habitants. Ainsi, la multiplication de ces supports peut créer une perte de lisibilité, contreproductive pour les annonceurs.

L'encadrement de ces dispositifs est également un enjeu pour l'attractivité touristique. En effet, le Parc se situe au cœur d'une destination touristique de renommée internationale, le Val de Loire inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

De même, certains supports sont énergivores et participent à la pollution lumineuse.

La question des dispositifs publicitaires est indissociable de la signalétique. Ces supports doivent se compléter pour faciliter les déplacements des usagers. C'est pourquoi, la gestion des affichages publicitaires est un enjeu de développement local qui nécessite de concilier la promotion des activités, l'amélioration du cadre de vie et la valorisation des paysages.

Aussi, même si la réglementation nationale fixe une grande partie du cadre légal, le Parc peut affiner la gestion de ces supports en tenant compte des spécificités de son territoire, dans le respect de son patrimoine et de ses paysages. Par ailleurs, en tant que structure pluridisciplinaire et interrégionale, le Parc a un rôle à jouer afin d'assurer une harmonie sur l'ensemble du territoire.

Contexte réglementaire

La publicité est interdite, partout en France, sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés, dans les réserves naturelles et sur les arbres ainsi que hors agglomération. Dans un Parc naturel régional, elle est également interdite en agglomération. Toutefois, les EPCI compétents ou à défaut les communes peuvent mettre en place un Règlement local de publicité (RLP) permettant de réintroduire cette dernière à l'intérieur d'une ou plusieurs zones et selon des règles particulières. Cette réintroduction possible de la publicité en agglomération est conditionnée à la formalisation, dans la charte du Parc, d'orientations ou mesures relatives à la publicité.

Seules certaines pré-enseignes dites « dérogatoires » peuvent être implantées (en dehors des secteurs listés au L581-4 du code de l'environnement où la publicité est strictement interdite). Les enseignes, en agglomération, doivent faire l'objet d'une autorisation préalable.

Définitions

***Publicité** : toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention est une publicité. Tous les supports extérieurs, lumineux ou non, pouvant contenir une publicité et visibles d'une voie publique ou privée ouverte à la circulation publique sont considérés comme des dispositifs publicitaires.

***Enseigne** : est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou terrain) où s'exerce une activité. Elle permet aux clients d'identifier le local commercial). Elle doit respecter certaines règles d'emplacement, de dimensions ainsi que de proportions par rapport aux façades du dit commerce. Au sein d'un Parc naturel régional, son installation requiert une autorisation préalable.

***Pré-enseigne dérogatoire** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un local ou terrain, où s'exerce une activité. Leur implantation, nombre, dimensions et caractéristiques sont stricts. Elles ne sont autorisées qu'en dehors des agglomérations et au-delà du domaine public routier.

***Signalisation d'information locale (SIL)** : informe et guide l'utilisateur vers les différents services et activités susceptibles de l'intéresser et situés à proximité. C'est une signalisation implantée sur le domaine public routier, avec l'autorisation du gestionnaire de la voirie concernée. Cette micro signalisation relève du code de la route. Elle est cependant à dissocier de la signalisation directionnelle courante.

***Relais Information Service (RIS)** : donnent des informations complémentaires à la signalisation directionnelle, touristique ou d'intérêt local. Ce sont des panneaux implantés sur des lieux stratégiques, en entrée de commune, et permettant le stationnement (aires de repos, de service, parking, place...). Ils peuvent comporter une carte ou un plan sur lequel sont repérés des places, circuits, activités, déjà signalés ou non sur les panneaux directionnels. Ils peuvent être complétés de registres, listes d'affichages (rues, activités, commerces...), être généraux ou ciblés (département, pays, Communauté de communes, commune, zone d'activités, station touristique).

La SIL et les RIS font l'objet de réflexions globales pilotées par les collectivités locales. Un particulier ne peut décider seul de leur mise en œuvre.

Pour le territoire

Enjeux

- Intégrité des paysages.
- Développement économique et social.
- Information et mobilité.

Objectifs opérationnels

- Préserver la qualité des paysages.
- Valoriser les activités et savoir-faire locaux.
- Garantir la lisibilité des affichages publicitaires et de la signalétique.
- Faciliter les déplacements des usagers vers les différents services et activités du territoire.

Traductions relatives au plan du Parc

Le Code de l'environnement permet aux chartes de Parcs d'autoriser ou non la publicité. Le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine a fait le choix de permettre à ses collectivités de réintroduire la publicité. Comme le précise le Code de l'environnement (article L581-14), ceci devra être effectué dans le cadre d'un Règlement local de publicité (RLP) qui « définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ».

La publicité est prioritairement réintroduite dans les zones d'activités et zones commerciales. Elle est par principe interdite dans les zones résidentielles mais des exceptions peuvent être tolérées si elles sont justifiées par des caractéristiques paysagères qui devront être qualifiées explicitement dans les études d'élaboration du Règlement local de publicité (RLPi).

Conformément aux ambitions paysagères exprimées dans le projet stratégique politique, la publicité reste interdite dans les secteurs patrimoniaux réglementaires (périmètres des monuments historiques, sites patrimoniaux remarquables, sites Natura 2000, sites inscrits et

classés) et au sein du périmètre Val de Loire UNESCO où des exceptions pourront toutefois être définies dans les zones d'activités et commerciales.

Les paysages emblématiques n'ont pas vocation à recevoir des dispositifs publicitaires : de rares exceptions seront tolérées et devront être justifiées au regard d'enjeux socio-économiques et patrimoniaux définis en concertation élargie lors de la réalisation des RLP(i).

Prescriptions pour les Règlements locaux de publicité (RLP)

Types de supports

Lorsque cela est possible, les supports sur façade sont privilégiés à ceux scellés au sol. L'impossibilité de support sur façade doit être justifiée. Une attention particulière est portée en zone patrimoniale, où les supports scellés au sol ne sont en général pas cohérents avec la qualité des sites. Pour rappel, la publicité scellée au sol est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Les supports numériques, les supports sur toiture ou sur terrasse sont interdits.

L'implantation de dispositifs publicitaires ou d'enseignes de type faisceaux lumineux est interdite.

Pour les enseignes, les supports rétroéclairés sont privilégiés aux caissons lumineux, jugés moins qualitatifs. Les éclairages multicolores ou à base de tubes sont interdits.

Pour rappel, les enseignes clignotantes sont interdites sauf pour les pharmacies et services d'urgence. Une activité pouvant bénéficier de panneaux Code de la route et de Signalisation d'information locale (SIL) doit privilégier ces supports aux pré-enseignes dérogatoires ou à la publicité.

Nombre de supports

La réduction du nombre de supports est en permanence recherchée :

- 3 enseignes maximum par activité (2 enseignes à plat + 1 drapeau) et par façade (si plusieurs façades, possibilité de mettre 3 enseignes maximum par façade pour une même activité) ;
- 1 publicité ou 1 pré-enseigne maximum par unité foncière ;
- doublons côte à côte interdits ;
- doublons stores et façade interdits (enseignes), enseigne sur le store interdite (sauf sur le lambrequin).

Coloris et matériaux

Une attention est portée aux coloris et matériaux pour rechercher une cohérence entre la couleur de fond, la couleur du lettrage, le support et l'environnement proche, en privilégiant :

- des couleurs sobres (pas de couleurs trop vives ou une seule) ;
- des couleurs sombres (favoriser par exemple le gris foncé en fond et non le blanc) ;
- des couleurs déjà existantes sur le bâti ou dans l'environnement proche (ex : couleur tuffeau) ;
- un nombre de couleurs limité à 3 par support (excepté pour les logos) ;
- des versos de supports sombres ;
- les lettres découpées pour les enseignes.

L'usage de matériaux, l'emploi de savoir-faire locaux et durables sont favorisés (bois, pierre, fer forgé...), y compris au verso des panneaux.

Disposition

Les supports respectent les prescriptions suivantes :

- aligner les enseignes selon les caractéristiques architecturales de la façade, notamment ouvertures ;
- ne pas recouvrir les éléments architecturaux identitaires ;
- ne pas recouvrir les angles des bâtiments.

//// Rôle du syndicat mixte du Parc et propositions d'actions

Connaître

Veille réglementaire : identifier, parmi les nouveaux textes législatifs, ceux qui sont applicables au territoire ; définir les actions à mettre en place pour aider les acteurs publics et privés à se conformer à la réglementation.

Partager

Intégration paysagère des supports : information des acteurs sur la réglementation ; apports de conseils pour optimiser l'intégration paysagère des supports ou orientation vers les services concernés ; organisation de temps d'échanges et de concertation ; rédaction et diffusion d'un guide pédagogique « signalétique et publicité » ; rédaction et diffusion d'une charte graphique pour les enseignes, pré-enseignes et SIL.

Promotion de supports alternatifs à la publicité et aux pré-enseignes : encourager, lorsque cela est pertinent, la pose de signalisation touristique, de Signalisation d'information locale* (SIL), Relais information service* (RIS)... et l'usage de supports dématérialisés ; animation de journées techniques et transfert de bonnes pratiques.

Respect des extinctions nocturnes obligatoires : diffusion de la réglementation nationale sur la préservation du ciel nocturne ; sensibilisation des acteurs ; diffusion de bonnes pratiques et outils de valorisation (exemple : collectivités labellisées « Villes et Villages étoilés »).

Faire ensemble

Accompagnement des collectivités à l'élaboration de leur Règlement local de publicité (RLP), cohérent avec la charte du Parc et respectant l'identité des lieux : définition de prescriptions tenant compte des spécificités locales relatives aux surfaces maximales, quantités, coloris, matériaux, hauteur et superficie des supports.

//// Engagements des signataires

Pour tous.

- Accorder une attention particulière à la signalétique et à la publicité sur les projets soutenus sur le territoire du Parc.

État.

- Mobiliser les services compétents pour faire appliquer la réglementation relative à l'affichage publicitaire.
- Informer sur la réglementation en vigueur et sensibiliser les acteurs, notamment sur la possibilité de cadrage via le RLP.
- Assister le Parc sur ses demandes de précisions juridiques.

Départements.

- Contribuer à la préservation du cadre naturel et des paysages par l'application de son schéma de signalisation touristique dans le strict respect de la réglementation.
- Collaborer avec le Parc lors de projets de signalétique.
- Collaborer avec les maires ou le préfet lors de campagnes de suppression des dispositifs illégaux apposés sur le domaine public routier.

EPCI et communes.

- S'appuyer sur l'expertise technique du Parc et l'associer aux réflexions et projets concernés par les exigences de sa charte.
- Respecter les traductions de la charte lors de la mise en place de leur Règlement local de publicité (RLP) et associer le Parc en amont de l'élaboration de ce document.
- S'impliquer dans la suppression des dispositifs de publicité illégaux et valoriser les outils mis en place par le Parc auprès des habitants et des socioprofessionnels.
- Se coordonner avec les Départements pour la suppression des dispositifs illégaux apposés sur le domaine public routier.

Partenaires potentiels

Associations de protection du cadre de vie et des paysages

Chambres consulaires

Syndicat professionnel de la publicité extérieure

Union de la publicité extérieure

Conseils d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement (CAUE)

Agences Départementales d'Aide aux Collectivités locales (ADAC)

Bénéficiaires potentiels

Les habitants et visiteurs profitent d'un cadre de vie et paysages de qualité, d'informations claires et pratiques lors de leurs déplacements.

Les acteurs économiques profitent d'une visibilité pertinente et efficace.

La faune et la flore bénéficient d'un ciel nocturne préservé, utile au maintien de leur biologie.

Indicateurs de suivi du territoire et d'évaluation des mesures

- Nombre de projets d'encadrement de la publicité et de la signalétique sur le territoire (charte SIL, RLP...).