



Communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau

Règlement Local de Publicité intercommunal



Présentation du diagnostic et des enjeux
Comité Technique – 21 septembre 2018



PRINCIPALES DÉFINITIONS



Le RLP définit des zones de publicités dans lesquelles il régit les modalités d'implantation de 3 types de dispositifs :

Enseignes - Pré-enseignes - Publicités

PRINCIPALES DÉFINITIONS

PUBLICITÉ

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention »

PRÉ-ENSEIGNES

« toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée »

ENSEIGNE

« toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »

! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité (= le même règlement)

! Hors agglomération seules les pré-enseigne « dérogatoires » sont autorisées

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes



CALENDRIER

PHASE I

	juil	août	sept	oct	nov	dec
Production	Relevé SOGEFI et saisie de données	<ul style="list-style-type: none"> • Réception PAC • Terrain Even • Réalisation diagnostic • Validation base SOGEFI 	Définition des objectifs et orientations	Corrections + préparation des ateliers.	Corrections + Synthèse	Corrections + Préparation réunions de concertation
Réunions			CoTech Diagnostic 21.09.2018	CoTech Orientations 19.10.2018 PPA Diagnostic /Orientations 19.10.2018	Ateliers Diag / OR 09.11.2018 Plénière 23.11.2018 CoPil Diag / OR 30.11.2018	<ul style="list-style-type: none"> • Ateliers Acteurs 30.11.2018 04.12.2018 • Réunion Publique 11.12.2018

Débat sur les orientations en conseil communautaire en février / mars 2019

CALENDRIER

PHASE II		PHASE III	PHASE IV
Règlement		Arrêt	Consultation
Janv-Juin 2019		Juil-Août 2019	Sept 2019 – Fev 2020
Production	Définition des règles et des zones. Rédaction du règlement Réalisation du zonage	Réalisation du dossier d'arrêt	Préparation du dossier de consultation Analyse et prise en compte des avis Préparation du dossier pour approbation.
Réunions	2 réunions de travail sur les premières propositions de règlement / zonage. 3 ateliers communes 3 ateliers acteurs 1 CoTech et 1 CoPil de validation du règlement 1 Réunion Publique	1 CoTech en juillet 2019 de finalisation / validation du dossier d'arrêt 1 Réunion PPA Conférence des communes ARRET en Septembre 2019	Présentation en CDNPS 2 CoTech sur les consultations Conférence des communes APPROBATION en Février 2020

CONCERTATION

Chaque commune doit :

- Mettre à disposition à la mairie le **registre de concertation**, accompagné d'un dossier présentant le projet en son état d'avancement: afin que chacun puisse venir inscrire ses remarques sur le projet.
- Mettre à jour son **site internet**, avec le lien vers la page du site de l'agglomération consacrée au RLPi

Aussi

- 3 **panneaux d'exposition** aux différentes phases de la démarche seront élaborés
- Complétés par la rédaction d'**articles** pour les journaux municipaux et les sites internet des communes et de l'agglomération.
- Des rencontres dédiées au grand public seront réalisées (2 **réunions publiques**)
- Un **questionnaire** sur la perception des problématiques du RLPi sera diffusé en ligne.
- Un **guide pratique** du RLPi sera réalisé.
- Des **rencontres** avec les services de l'état, les afficheurs et les associations de commerçants ou de protection de l'environnement sont prévues à chaque phase du projet.

RAPPEL DU CONTEXTE

CONTEXTE TERRITORIAL ET RÉGLEMENTAIRE

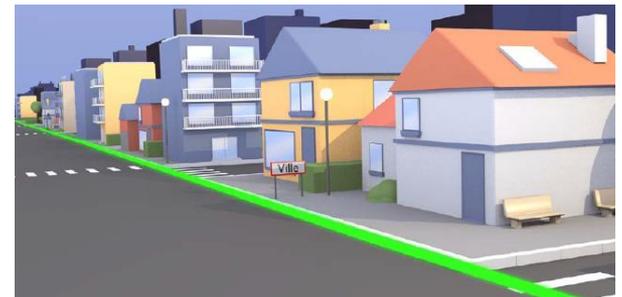
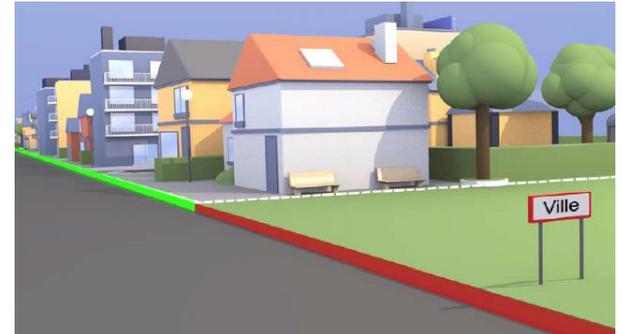
LES PÉRIMÈTRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

- Limites d'agglomération

Toute forme de publicité est interdite hors agglomération.

La réalité bâtie prévaut sur la position des panneaux d'entrée de ville.

L'arrêté fixant les limites d'agglomération doit être annexé au RLPI.



Agglomération : Au sens de l'article R.110-2 du Code de la Route : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

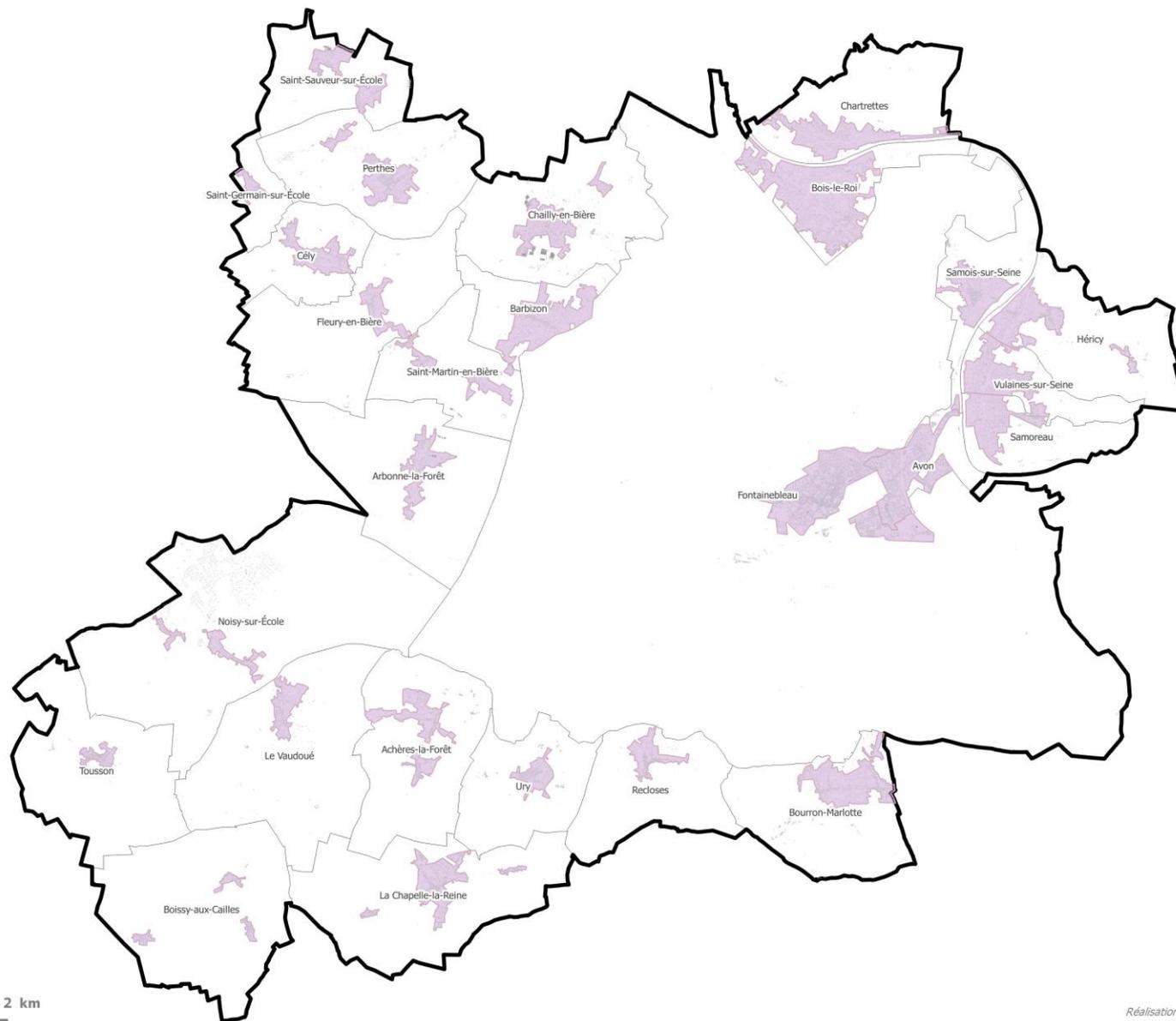


Activités bénéficiaires	Avant 13/07/2015	Après 13/07/2015	Nombre	Distance
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	oui	oui		
Service public ou d'urgence	oui	oui		
Activité en retrait de la voie	oui	oui		
Monuments historiques (ouverts à la visite)	oui	oui	4	10 km
Vente produits du terroir	oui	oui	2	5 km
Activité culturelle		oui	2	5 km

! La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement a pris fin le 13 juillet 2015.

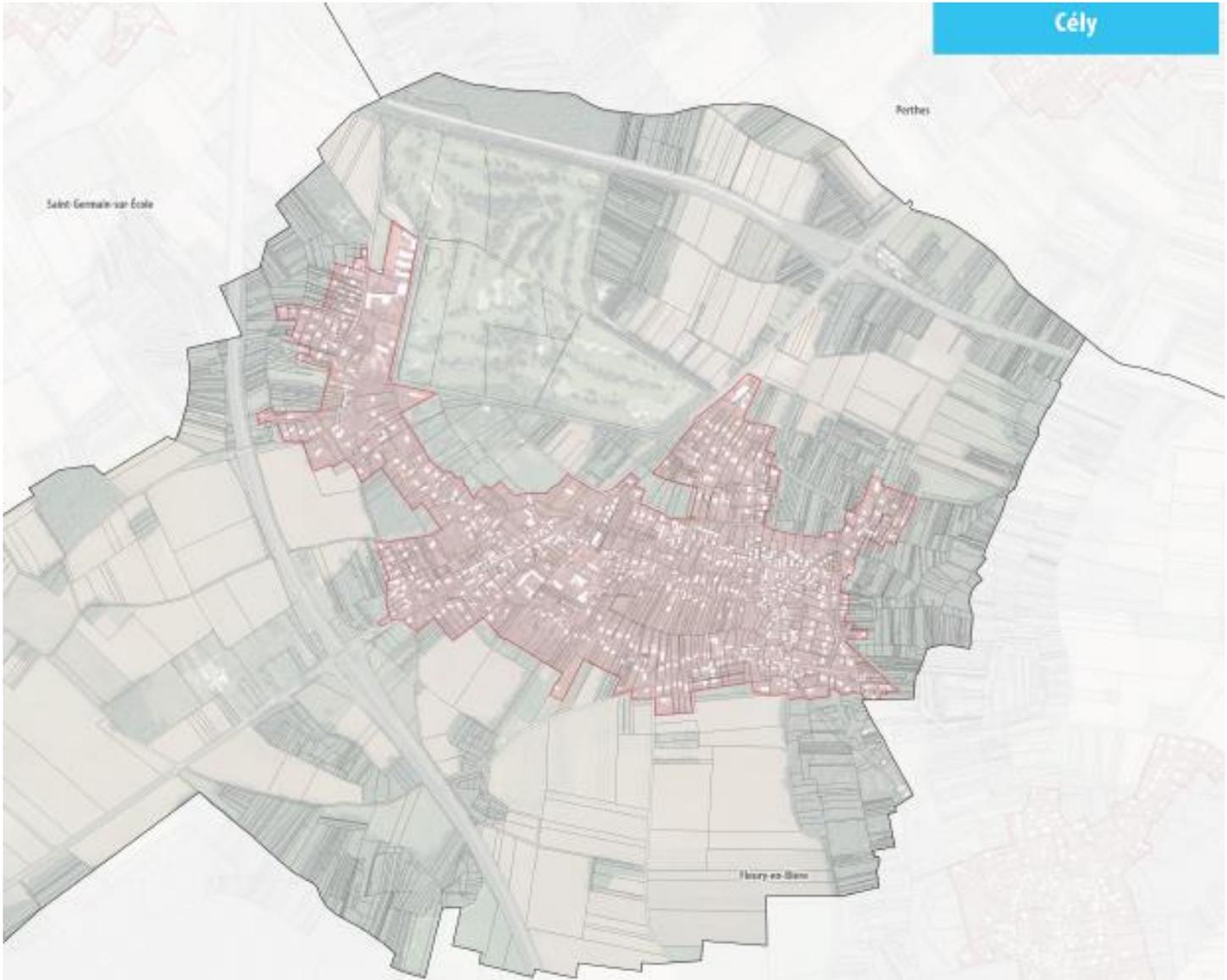
! De plus leur nombre est limité

-  Communauté d'Agglomération du Pays de Fontainebleau
-  COMMUNE
-  Agglomérations



0 2 km

Cély

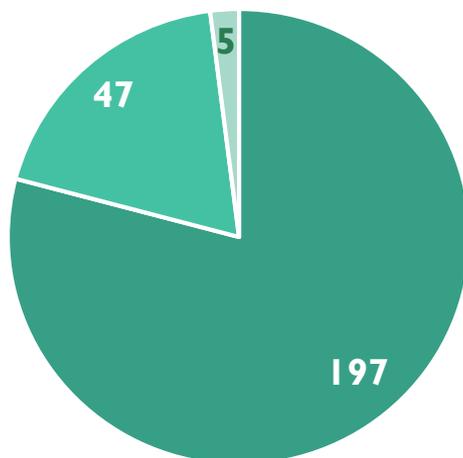


LES PÉRIMÈTRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

■ Limites d'agglomération

52 dispositifs sont présents hors agglomération dont 5 préenseignes dérogatoires

Localisation des dispositifs



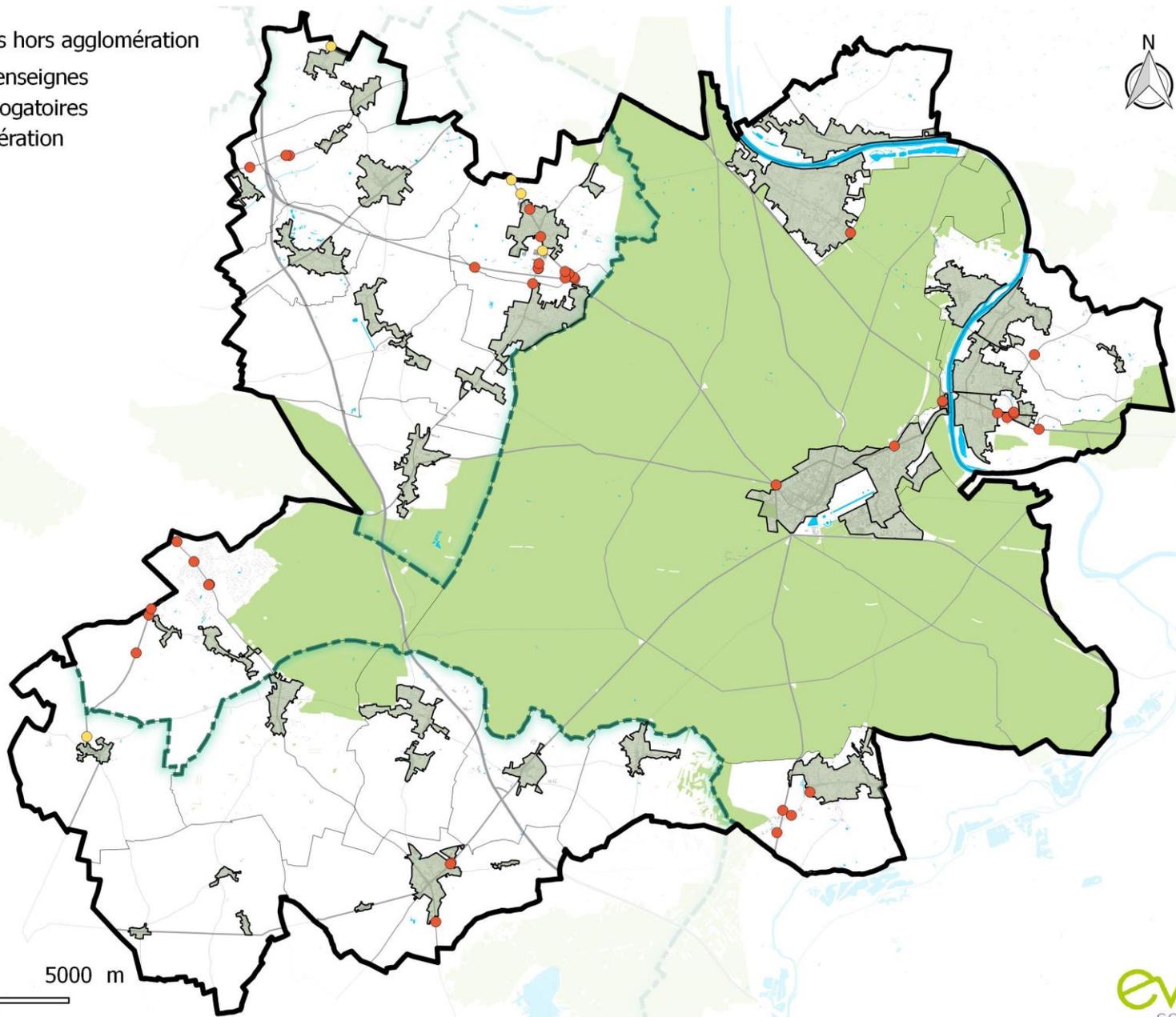
- En agglomération
- Hors agglomération
- Préenseignes dérogatoires hors agglomération

18 % des dispositifs présents sur le territoire sont non conformes à la réglementation nationale, du fait de leur localisation hors agglomération.



Dispositifs publicitaires hors agglomération

- Publicités ou préenseignes
- Préenseignes dérogatoires
- Limites d'agglomération
- ▭ PNR



LES PÉRIMÈTRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

■ Paysage, environnement et patrimoine

Font l'objet d'une interdiction absolue de publicité :

- Les monuments historiques classés et inscrits
- Les arbres
- Les sites classés
- Les EBC et Zones A et N du PLU pour les publicités au sol uniquement
- Les abords d'autoroute / bretelle de raccordement / voie express (+déviation et voie publique hors agglomération) pour les publicités au sol uniquement



LES PÉRIMÈTRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

■ Paysage, environnement et patrimoine

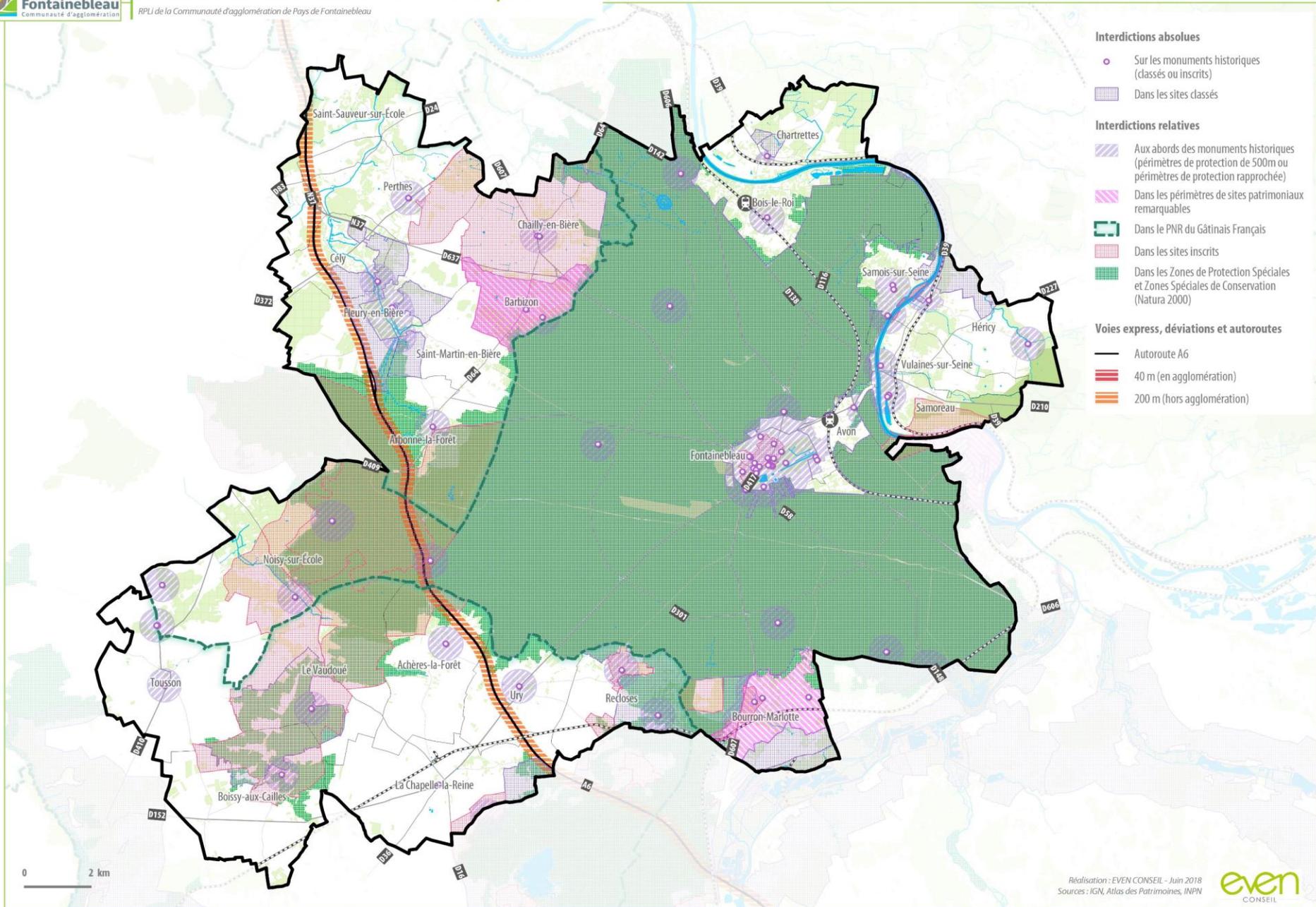
Font l'objet d'une interdiction relative de publicité :

- Les périmètres délimités de protection des abords, périmètre de protection de 500m, SPR
- Le Parc Naturel Régional du Gâtinais Français
- Les sites Natura 2000
- Les sites inscrits

A noter : élargissement des aires d'interdiction de la publicité aux abords des Monuments Historiques avec la Loi LCAP (2016).

En application le 13 juillet 2020 pour les agglomérations en révision de RLP

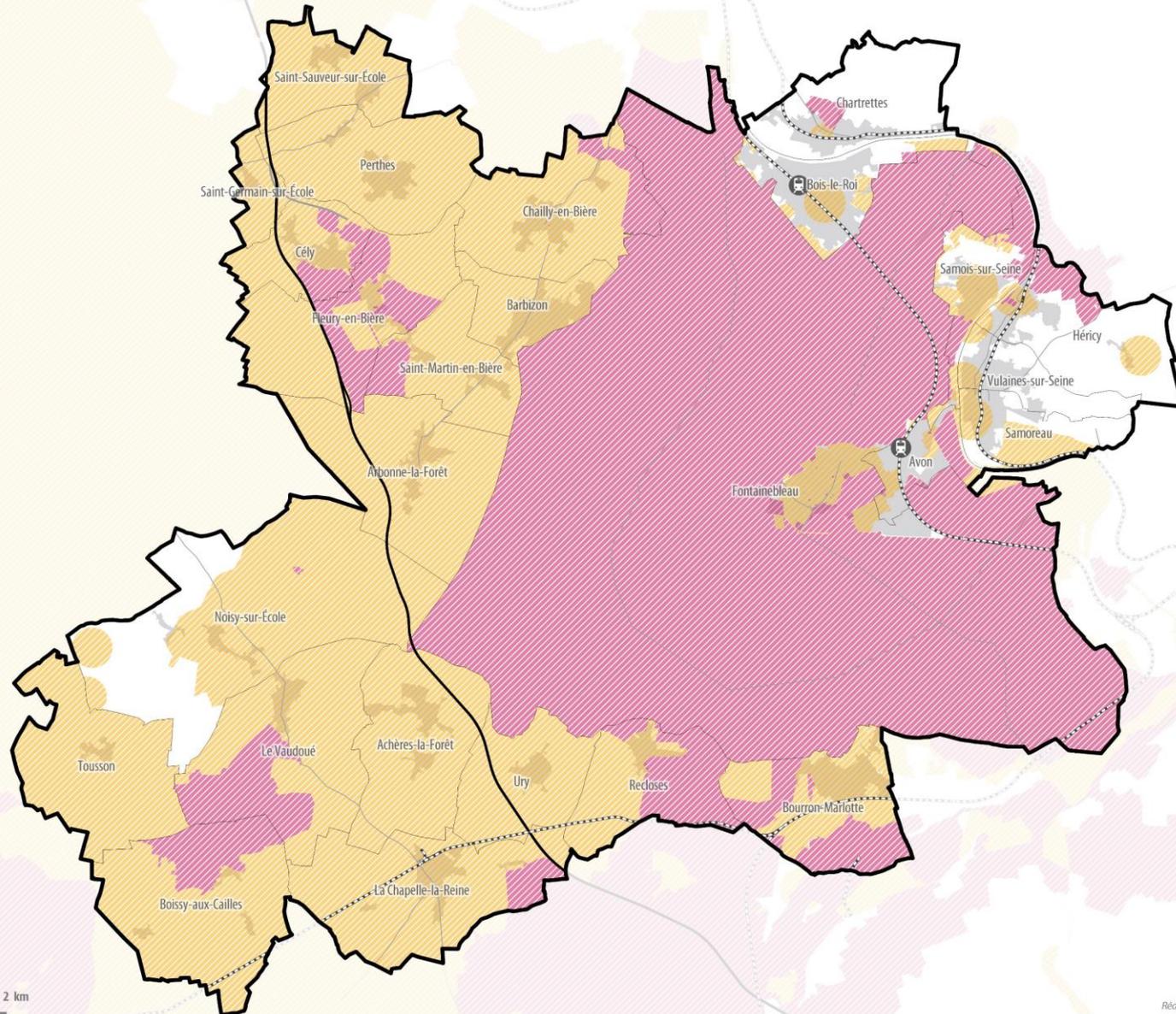




- Interdictions absolues**
- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)
 - Dans les sites classés
- Interdictions relatives**
- Aux abords des monuments historiques (périmètres de protection de 500m ou périmètres de protection rapprochée)
 - Dans les périmètres de sites patrimoniaux remarquables
 - Dans le PNR du Gâtinais Français
 - Dans les sites inscrits
 - Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (Natura 2000)
- Voies express, déviations et autoroutes**
- Autoroute A6
 - 40 m (en agglomération)
 - 200 m (hors agglomération)

0 2 km

-  Périmètre d'interdiction stricte
-  Périmètre d'interdiction "relative"

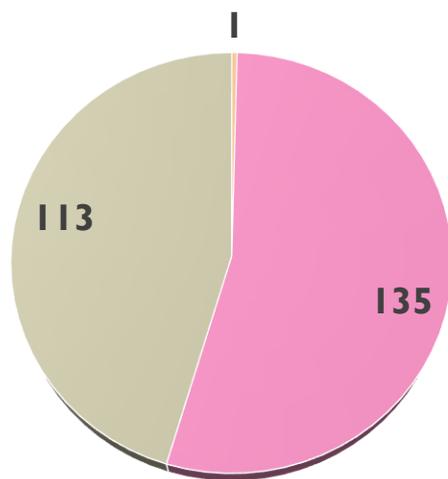


LES PÉRIMÈTRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

■ Paysage, environnement et patrimoine

Dispositifs installés au sein d'une zone d'interdiction

Impact des dispositifs dans le paysage protégé

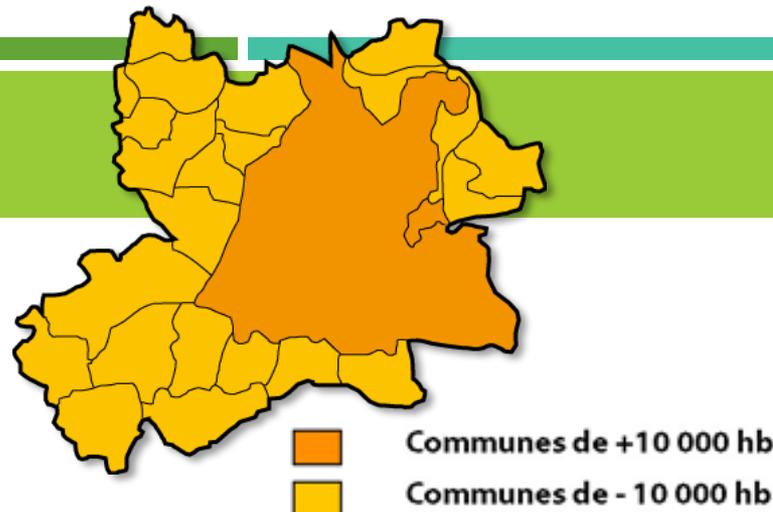


- Interdiction absolue
- Interdiction relative
- Hors périmètres d'interdiction

55% des dispositifs du territoire sont présents au sein d'un périmètre d'interdiction de la publicité.

Certains RLP permettent la réintroduction de la publicité au sein de ces périmètres protégés.

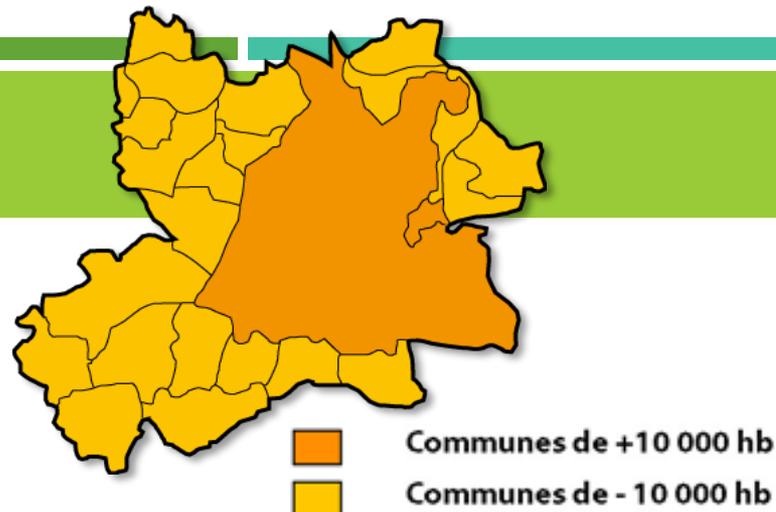
LE CADRE RÉGLEMENTAIRE



■ Réglementation nationale :

		Communes de plus de 10 000 habitants	Communes de moins de 10 000 habitants
		Fontainebleau Avon	Les autres communes de l'agglomération
Publicités et préenseignes	Publicité au sol	12m ² max	Interdite
	Publicité murale	12m ² max	4m ² max
	Publicité en toiture	Interdite	Interdite
	Publicité numérique	8m ² max	Interdite

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE



■ Réglementation nationale :

		Communes de plus de 10 000 habitants	Communes de moins de 10 000 habitants
		Fontainebleau Avon	Les autres communes de l'agglomération
Enseignes	Enseigne en façade	15% ou 25% de la surface de la façade commerciale	
	Enseigne au sol	12m ² max	6m ² max
	Enseigne en toiture	Lettres découpées, 3m de haut max si façade < 15m	
	Enseigne numérique	Pas de dispositions particulières dans la réglementation nationale	

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

■ Réglementation locale :

3 RLP existants :

- Bourron Marlotte - 1993
- Fontainebleau - 2000
- Avon – 2009

1 RLPi (1986) sur les communes de :

- Cély-en-Bière
- Chailly-en-Bière
- Perthes-en-Gâtinais
- Saint-Sauveur-sur-Ecole

Seul le règlement d'Avon présente une règle en incohérence avec la nouvelle réglementation nationale :

3 mâts porte-drapeau par établissement maximum vs 1 enseigne au sol par activité et par voie ouvert à la circulation publique bordant l'activité.

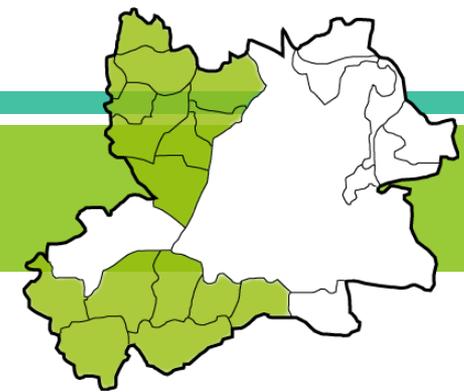
Le RLPi est remis en cause par la création du PNR en 1999. Les publicités autorisées par le RLPi ne le sont plus du fait de la présence du PNR.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

- Analyse des documents existants:

Convergences	Divergences
<ul style="list-style-type: none">• Une implantation de la publicité très contrainte dans la plupart des règlements existants.	<ul style="list-style-type: none">• La commune d'Avon est la seule à autoriser dans son RLP les publicités de grands formats (8 et 12m²) sur les axes et la ZA (axe commun avec Fontainebleau).
<ul style="list-style-type: none">• Des similitudes dans la réglementation de l'implantation des enseignes en façade et des enseignes lumineuses,	<ul style="list-style-type: none">• Le RLPi réglemente très peu les enseignes• Les différents documents n'autorisent pas forcément les mêmes types d'enseignes (enseignes au sol, enseignes sur clôture, en toiture, ...)
	<ul style="list-style-type: none">• Aucun zonage n'est semblable aux autres.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE



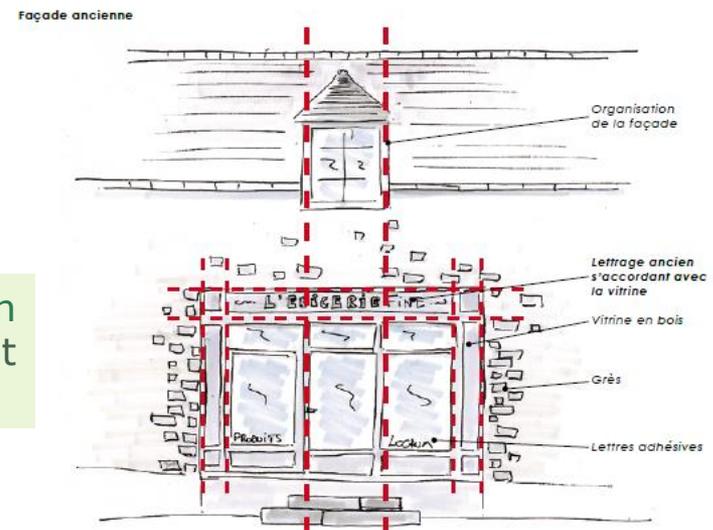
■ Le Parc Naturel Régional du Gâtinais Français:

Le PNR est présent sur 16 communes de l'agglomération.
Interdiction relative de la publicité sur ces communes.

Edition d'un guide de conception des projets de signalétique:

- Définitions et explications
- Recommandations pour l'implantation des enseignes et des préenseignes dérogatoires
- Conseils techniques sur le lettrage, les matériaux et l'éclairage

A noter : La présence du PNR induit une interdiction relative de toutes les formes de publicités et préenseignes (sauf préenseignes dérogatoires).





LES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

ETAT DES LIEUX

MÉTHODOLOGIE DE RECENSEMENT

Pré-enseigne



RESTAURANT O RUIVAES

📍 2 Avenue de Fontainebleau 77760 LA CHAPPELLE-LA-REINE

📍 Parcelle cadastrale : (77088,000,E,304)

📏 Type de pose : parallèle (murale apposée sur le bâtiment)

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface utile = 1,75 m x 1,20 m x 1 face = **2,10 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettres sans fond mur ou égouttoit

Hauteur globale à partir du sol : 2,50 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

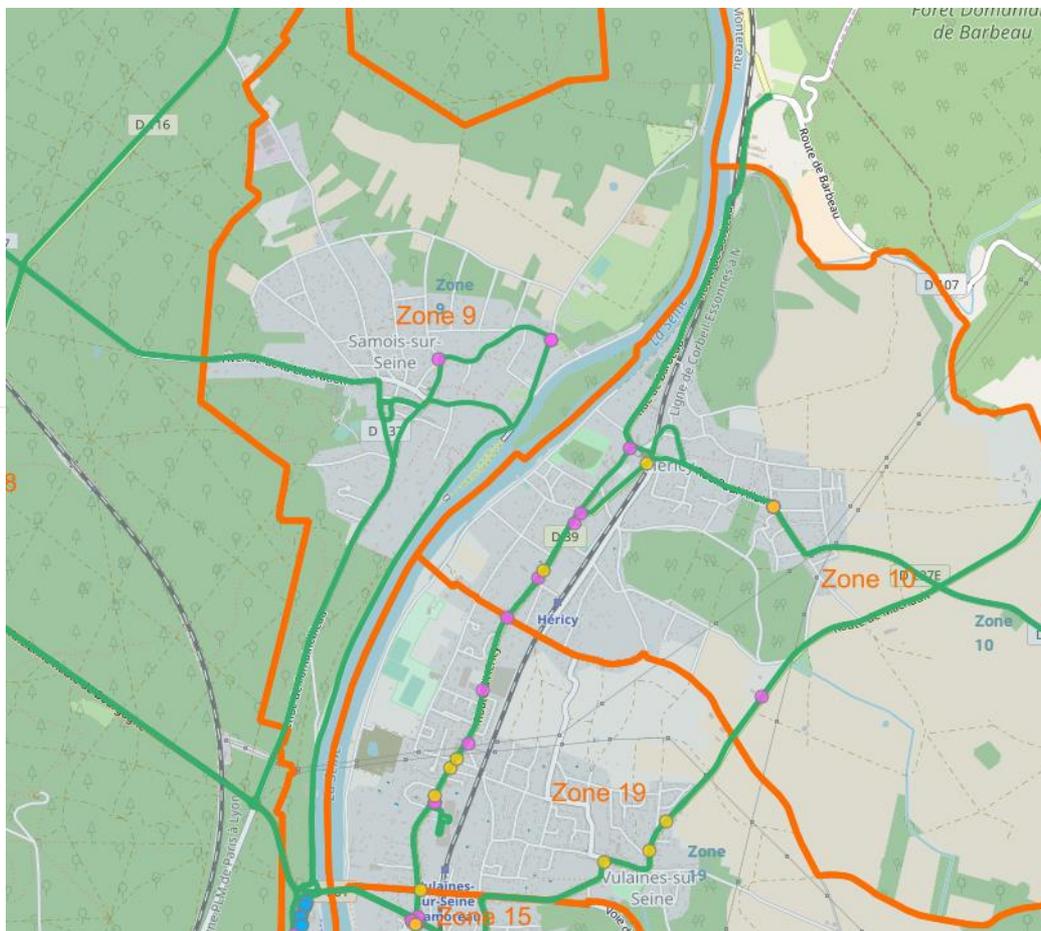
Saillie de la façade : 0,00 m

Surface totale = 1,75 m x 1,20 m = **2,10 m²**

Ce support contrevient à une infraction :

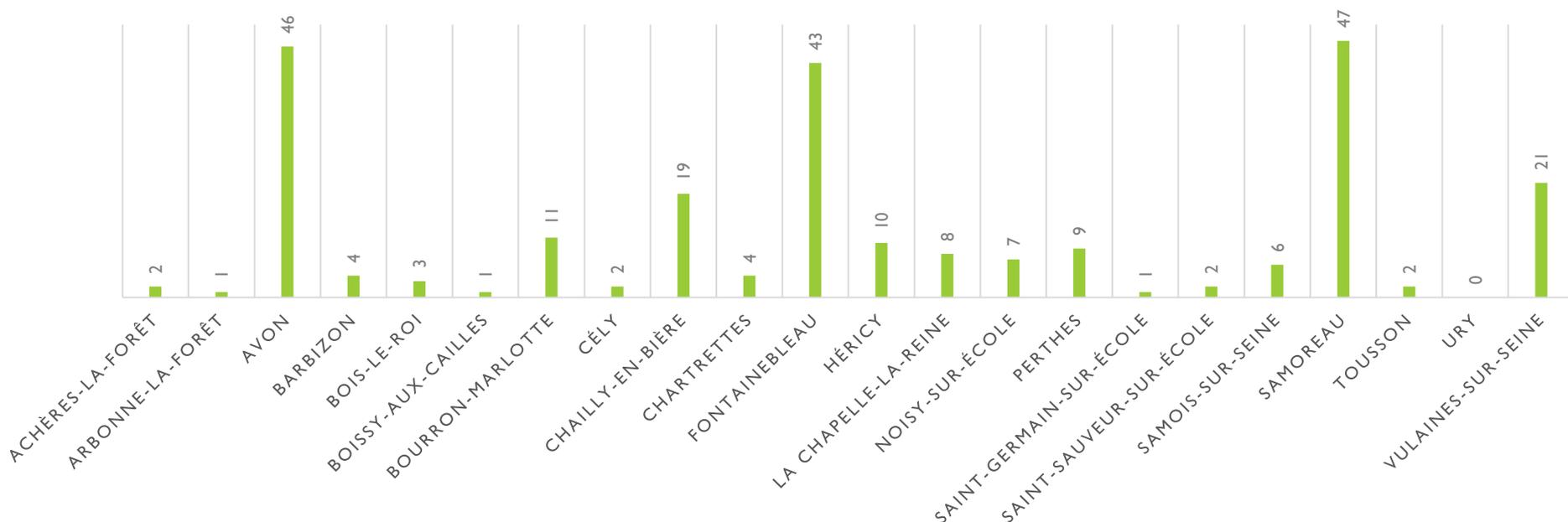
RNP : article R581-22 Code de l'Environnement

Publicité sur un mur de façade non aveugle avec ouvertures supérieures à 0,50 m²



RÉPARTITION TERRITORIALE

RÉPARTITION PAR COMMUNE



La publicité est principalement présente sur les communes de **Samoreau, Avon et Fontainebleau**

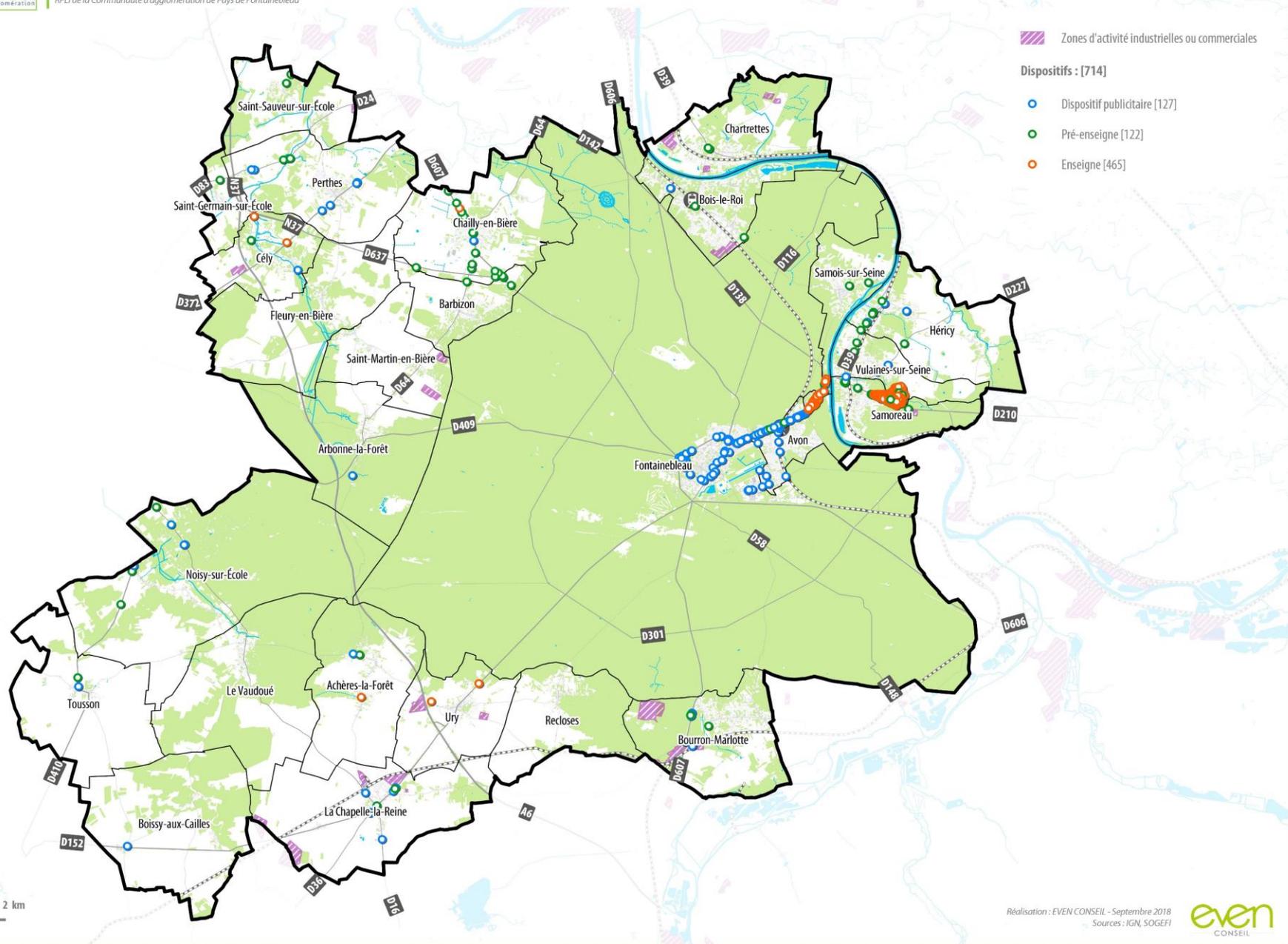
 Zones d'activité industrielles ou commerciales

Dispositifs : [714]

 Dispositif publicitaire [127]

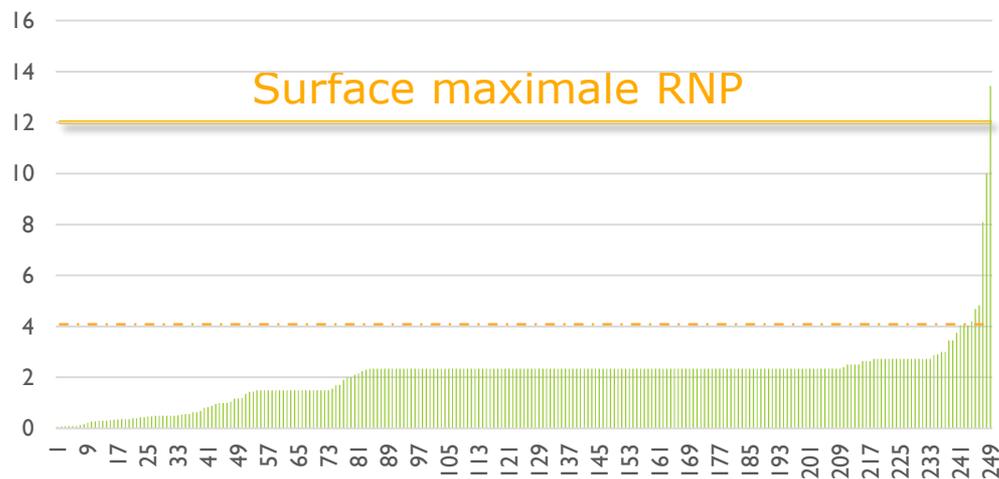
 Pré-enseigne [122]

 Enseigne [465]

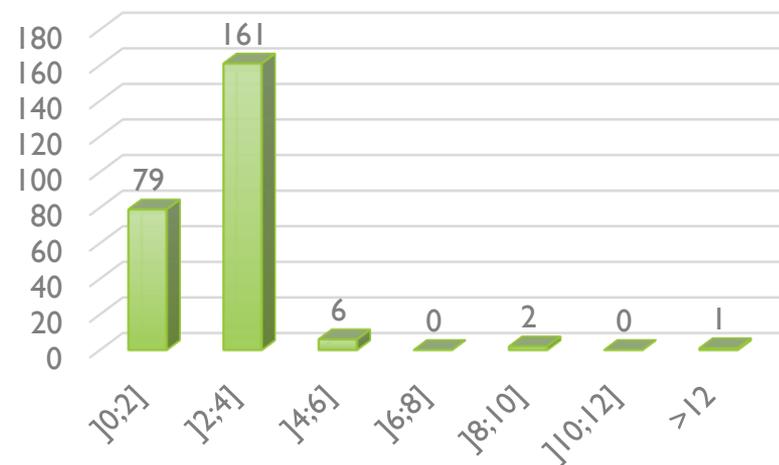


FORMAT DES DISPOSITIFS

Format des publicités et préenseignes



Répartition des formats (m²)



FORMAT DES DISPOSITIFS

[0;2] m²



[2;4] m²



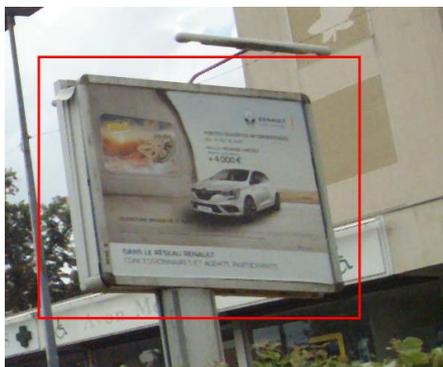
FORMAT DES DISPOSITIFS

]4;6] m²



]8;10] m²

13,44 m²



TPOLOGIE D'IMPLANTATION DES DISPOSITIFS

Mobilier urbain



Mobilier urbain



Au sol



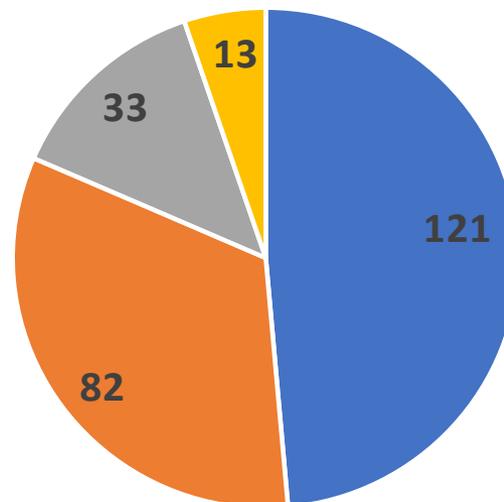
Au mur



Sur clôture

50% des publicités et préenseignes installées sur mobilier urbain.

Typologie de support des publicités et préenseignes - 249 dispositifs



■ Sur mobilier urbain ■ Au sol ■ Sur clôture ■ Au mur

MOBILIER URBAIN

- **Abris bus et sucettes hors agglomération**

Les abris de certaines lignes de bus sont installés hors agglomération : ils ne peuvent donc recevoir de publicité.

- **règle du 50/50**

Le mobilier urbain d'information, type sucette de ne peut accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations ou œuvres artistiques (Art. R.581-47). Il est en général « double-face ». L'information non publicitaire doit être visible à tout moment. Les pratiques de « temps partagé » ne sont pas admises.

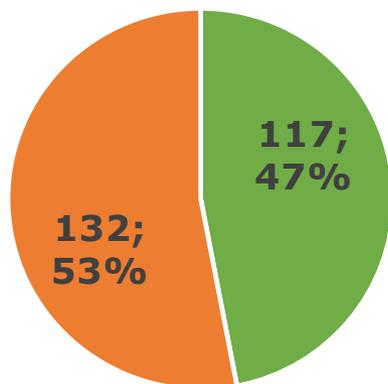


Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Les panneaux municipaux d'information à message défilant ne sont pas concernés.



CONFORMITÉ À LA RÉGLEMENTATION NATIONALE

Conformité RNP des dispositifs

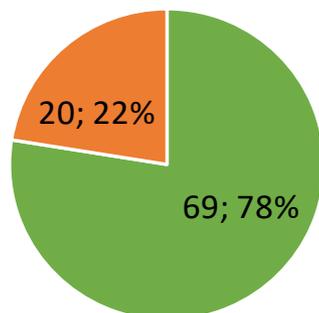


■ Conformes ■ Non conformes

Un fort taux de non-conformité dans les communes de moins de 10 000 habitants

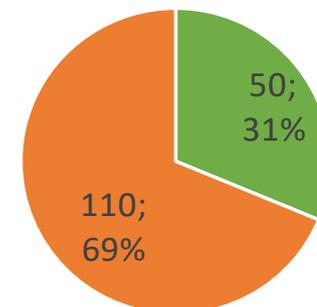
Moins de 50% de conformité à la réglementation nationale sur l'ensemble du territoire.

Conformité RNP - Fontainebleau & Avon
49 dispositifs

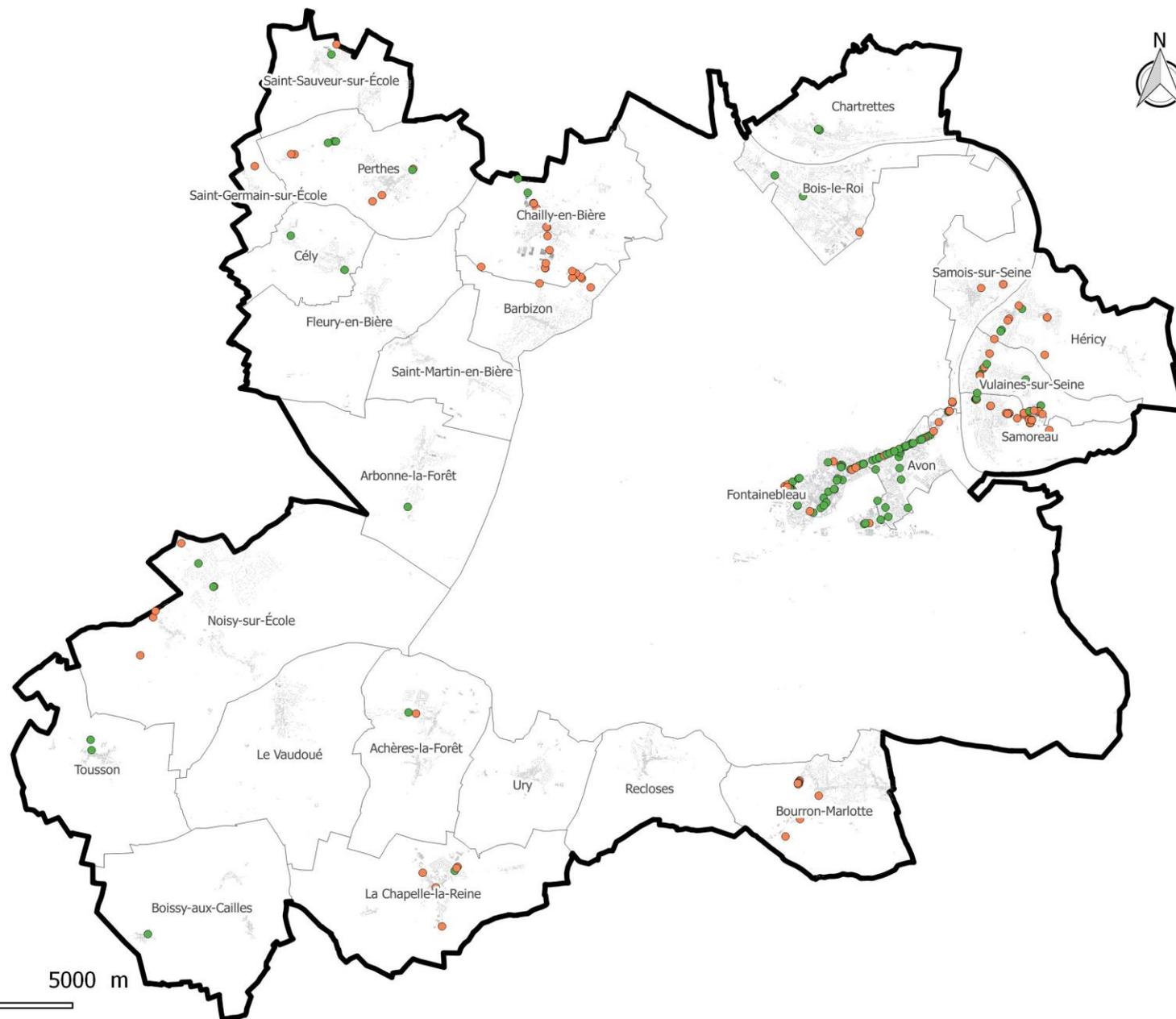


■ Conformes ■ Non conformes

Conformité RNP - Communes de moins de 10 000 habitants
160 dispositifs



■ Conformes ■ Non conformes

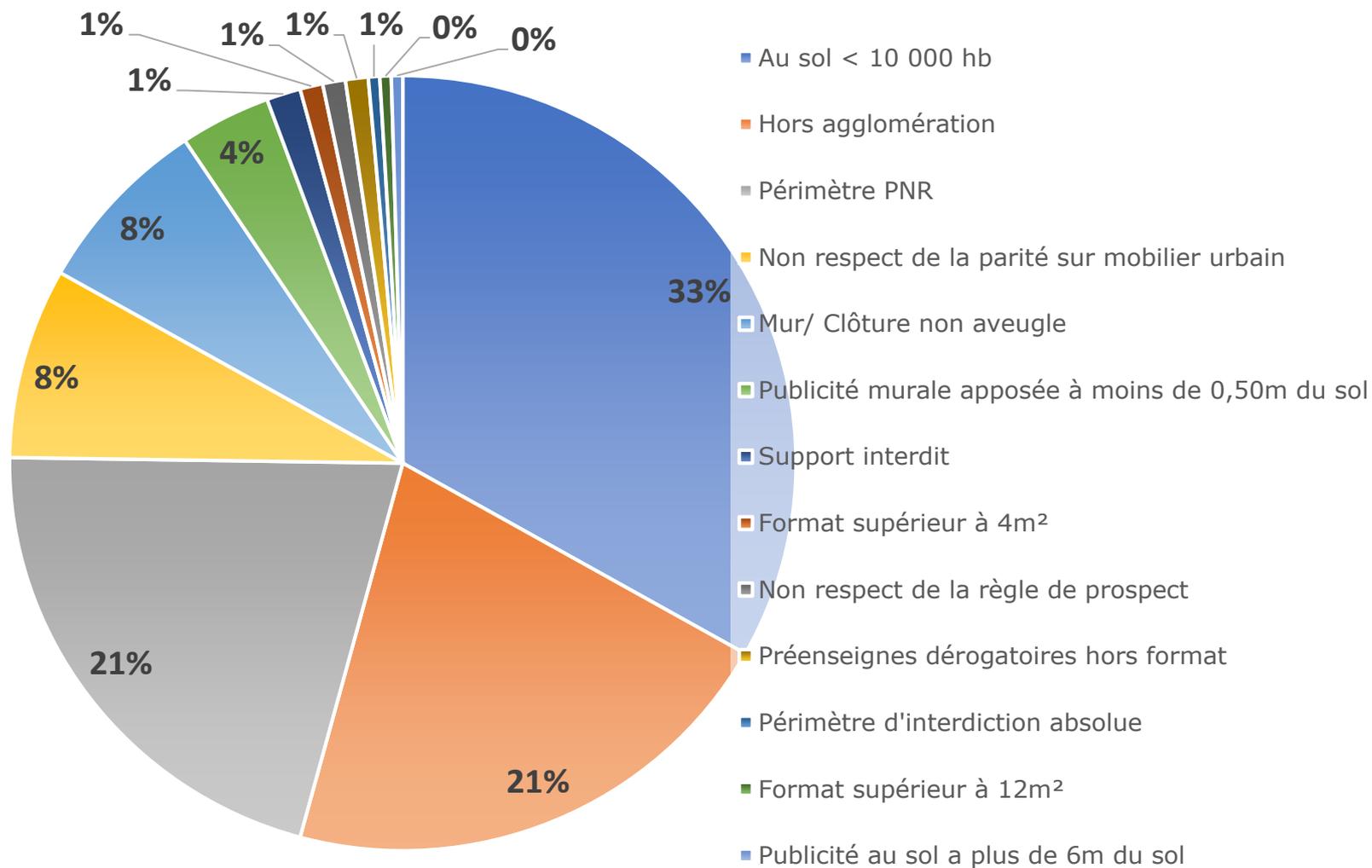


CONFORMITÉ À LA RÉGLEMENTATION NATIONALE

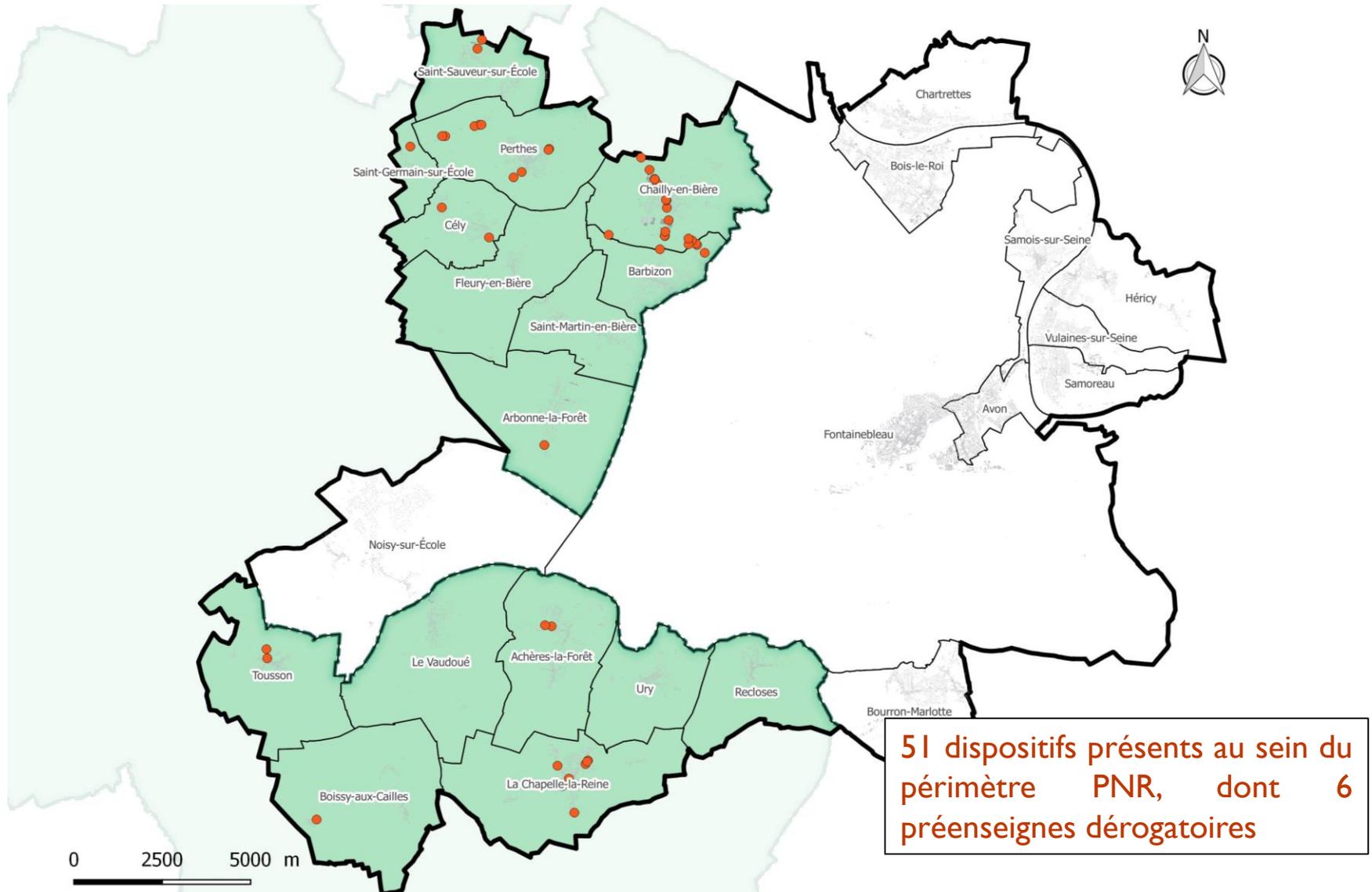
■ Raisons de non conformité RNP des dispositifs :

Au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants	71
Hors agglomération	45
Périmètre PNR	45
Non respect de la parité sur mobilier urbain	17
Mur/ Clôture non aveugle	16
Publicité murale apposée à moins de 0,50m du sol	8
Support interdit	3
Format supérieur à 4m ²	2
Non respect de la règle de prospect	2
Préenseignes dérogatoires hors format	2
Format supérieur à 12m ²	1
Publicité au sol a plus de 6m du sol	1
Périmètre d'interdiction absolue	1

RAISONS DE NON-CONFORMITÉ RNP DES DISPOSITIFS



PARC NATUREL RÉGIONAL



NON-CONFORMITÉS A LA RÉGLEMENTATION NATIONALE



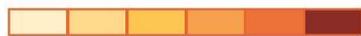
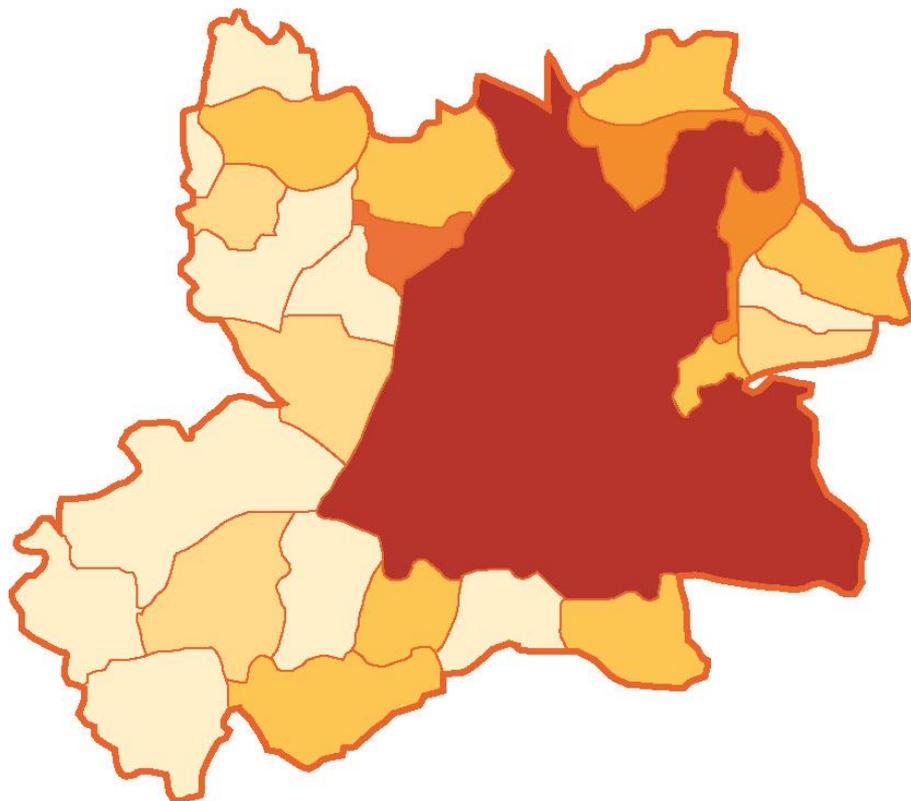
NON-CONFORMITÉS A LA RÉGLEMENTATION NATIONALE



LES ENSEIGNES

ETAT DES LIEUX

LES ENSEIGNES DE CENTRE-BOURG



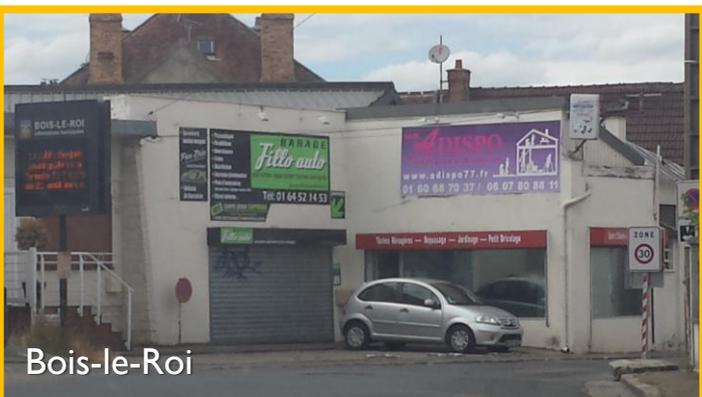
Richesse des centres en activités et commerces

Présence anecdotique d'enseignes dans les centres-bourgs :

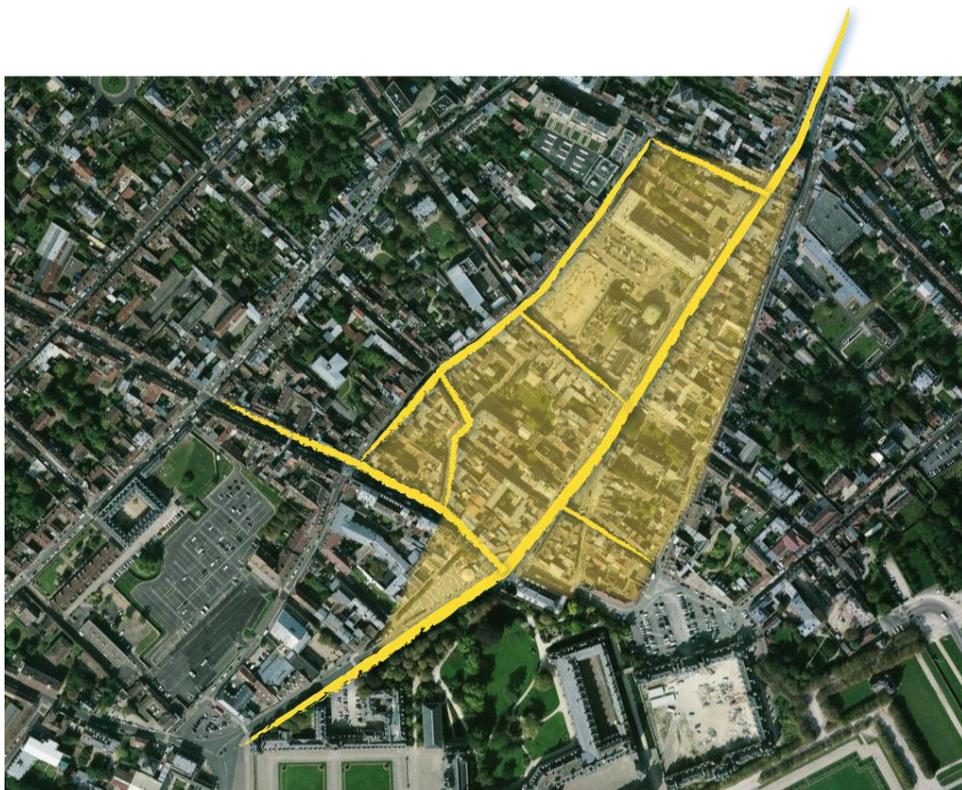
- Achères-la-Forêt
- Boissy-aux-Cailles
- Fleury-en-Bière
- Noisy-sur-Ecole
- Recloses
- Saint-Germain-sur-Ecole
- Saint-Martin-en-Bière
- Saint-Sauveur-sur-Ecole
- Tousson
- Vulaines-sur-Seine

LES ENSEIGNES DE CENTRE-BOURG

- Enseignes principalement en façade, parallèles ou perpendiculaires
- Qualité variable selon les commerces et les communes



LES ENSEIGNES DE FONTAINEBLEAU



Cœur de ville commerçant de Fontainebleau

- Un centre-ville animé, riche d'une diversité importante de commerces de proximité.
- Grande qualité d'enseignes
- Existence d'une charte de qualité des enseignes et devantures.
- Certaines implantations ou matériaux à revoir.

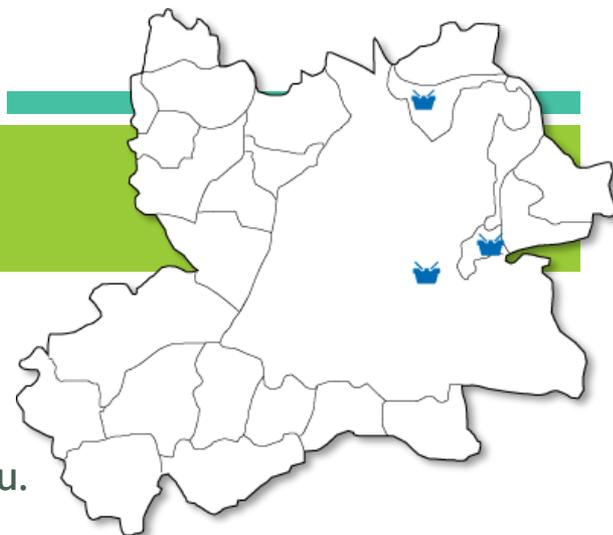


LES ENSEIGNES DE FONTAINEBLEAU



LES PÔLES DE PROXIMITÉ

- Zone de concentration de commerces de proximité.
- Contexte architectural non patrimonial
- Communes concernées : Avon, Bois-le-Roi, Fontainebleau.



Centre commercial de la butte Montceau - Avon



Quartier de la gare – Bois-le-Roi



Pôle Villars – Fontainebleau

LES ENSEIGNES DES ZONES D'ACTIVITÉ

- Différenciation à faire entre zone d'activité commerciale et zone d'activité artisanale industrielle.
- Les enseignes de la première catégorie sont, d'une manière générale plus expressives (format, nombre, couleur) que dans la deuxième catégorie.
- Importantes ZA commerciales sur le territoire = Avon, Samoreau, Vulaines



Zone d'activité commerciale



Zone d'activité artisanale

LES ENSEIGNES DES ZONES D'ACTIVITÉ

- Nombreuses enseignes au sol entraînant des non-conformités liées à leur densité.
- Utilisation importante de drapeaux et bâches.
- Accumulation d'informations.



LE LONG DES AXES PRINCIPAUX

RD606 et RD210 sur Fontainebleau et Orléans



LE LONG DES AXES PRINCIPAUX

RD607, Chailly-en-Bière et Barbizon



LES ENSEIGNES LUMINEUSES

« 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 sept 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



Jusqu'à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.



5 h 30, la boulangerie va ouvrir à 6 h 30, son enseigne peut être allumée.

Les enseignes clignotantes sont interdites, sauf pour les pharmacies et services d'urgence.



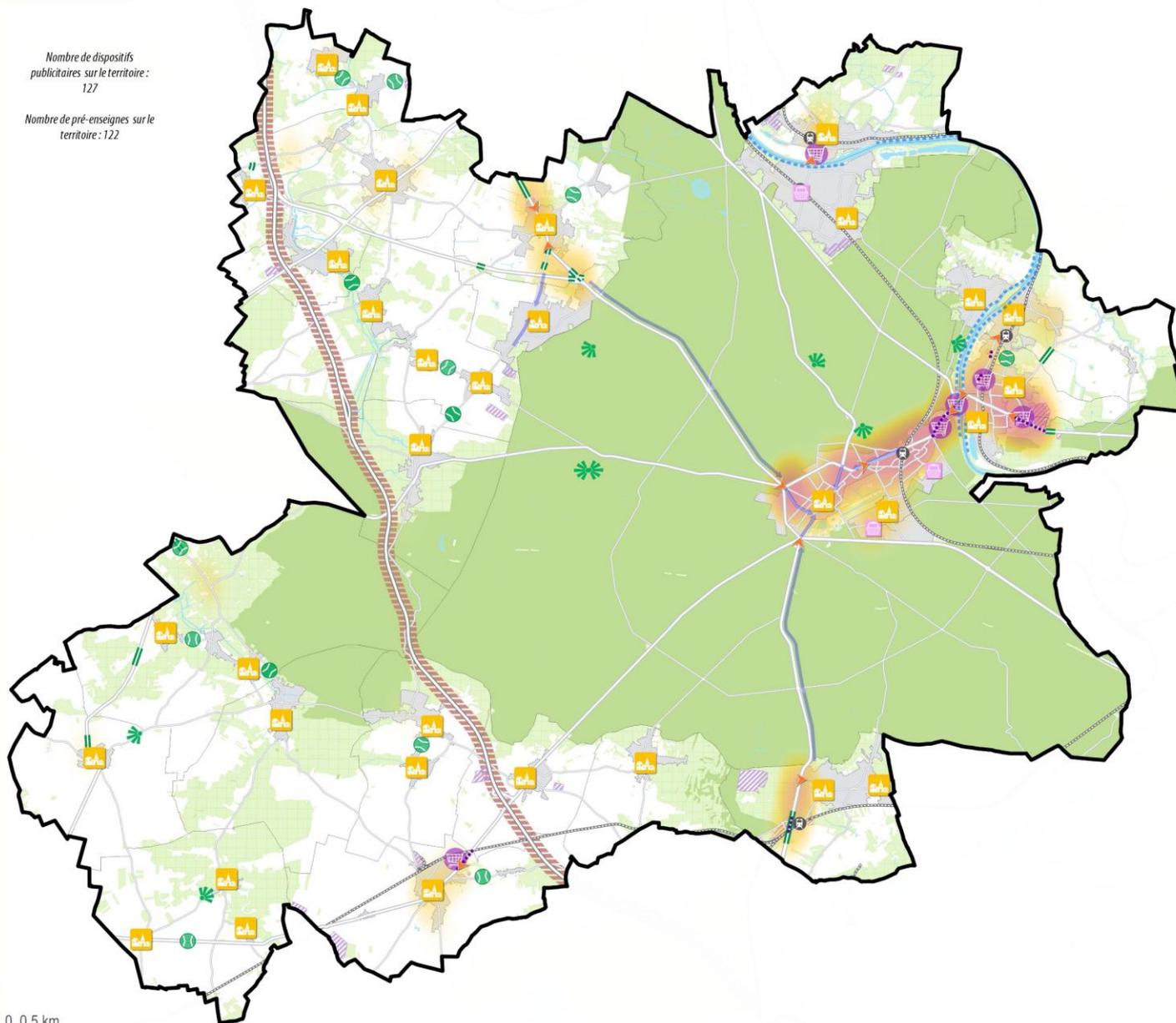
LES SECTEURS D'ENJEUX

SUR LE TERRITOIRE DU PAYS DE FONTAINEBLEAU



Nombre de dispositifs publicitaires sur le territoire : 127

Nombre de pré-enseignes sur le territoire : 122

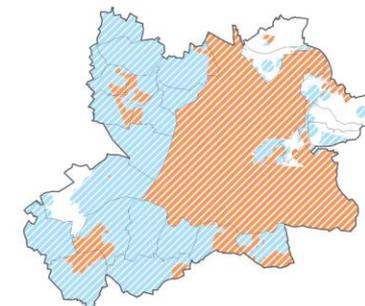


L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrées et traversées urbaines :

- Entrées de ville particulièrement sensibles aux problématiques de pollution visuelle
- Tendance à la densité des publicités et pré-enseignes, pondérée par surface d'affichage
- Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- Visibilités des dispositifs depuis autoroutes, voies express et déviations
- Tronçons concernés par des pré-enseignes hors agglo

La qualité de perception des espaces paysager et patrimoniaux :

- Périmètre d'interdiction stricte de publicité
- Périmètre d'interdiction "relative" de publicité



- Perspective remarquable
- Coupure verte (séquence d'intérêt)
- Accès vers les sites les plus emblématiques
- Centres-bourgs patrimoniaux
- Bords de Seine

La visibilité des acteurs économiques locaux :

- Pôles de proximité
- Pôles d'activités (ZAE)
- Zone commerciale expressive

0 0.5 km

Nombre de dépôts publicitaires sur la commune : 42

Nombre de pré-enseignes sur la commune : 4



Avon

L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrées et traversées urbaines :

↑ Entrées de ville particulièrement sensibles aux problématiques de pollution visuelle

Tendance à la densité des publicités et pré-enseignes sur les axes, pondérée par surface :

Type d'implantation :	
○ Dépôt de moins de 3 m ²	■ Chevalet fixe
○ Dépôt entre 3 et 5 m ²	■ Dépôt mural
○ Dépôt de plus de 5 m ²	■ Dépôt au sol
	■ Dépôt sur clôture
	■ Mobilier urbain

- ▲▲▲ Façades commerciales visibles des ZAE (effet vitrine)
- ▬ Visibilités des dispositifs depuis autoroutes, voies express et déviations
- ▲ Tronçons concernés par des pré-enseignes hors agglo

La qualité de perception des espaces paysager et patrimoniaux :

- ▨ Périmètre d'interdiction stricte de publicité
- ▨ Périmètre d'interdiction "relative" de publicité

- 🌿 Perspective remarquable
- 🌳 Coupure verte (séquence d'intérêt)
- ➡ Axes vers les sites les plus emblématiques
- 🏡 Centres-bourgs patrimoniaux
- 🌊 Bords de Seine

La visibilité des acteurs économiques locaux :

- 🏠 Pôles de proximité et de commerces
- 🏢 Pôles d'activités (ZAE)
- 🛒 Zone commerciale-expressive

Élaboration : 1984 / 2009 - Supplément de la
Stratégie ANU (2017/2021, 2022) Supplément 2014, Modifié Fontainebleau
MPL, Anne Lécuyer, SCOT de Fontainebleau et sa Région (2016)

even
© 2016 E.A.

ENJEUX

Secteurs à enjeux	Enjeux , sensibilités, points de vigilance
Les secteurs à préserver	<ul style="list-style-type: none">Préserver les espaces de nature situés en agglomération : espaces verts, plans d'eau, Espaces boisés classés, Bords de Seine, Forêt, ...Préserver les secteurs patrimoniaux (sites inscrits, sites classés)
Les centres-bourgs et centres-villes	<p>Au regard de la qualité patrimoniale de l'ensemble des communes de l'agglomération :</p> <ul style="list-style-type: none">Améliorer la qualité esthétique des enseignes des petits commercesRespecter et mettre en valeur le bâti ancien et les ensembles urbains traditionnelsQuelles place pour le mobilier urbain et les publicités ?Préserver le cadre de vie des zones à vocation résidentielle
Les portes et traversées de territoire	<ul style="list-style-type: none">Concilier visibilité des acteurs économiques et qualité et lisibilité des axes majeurs de traversée du territoire.Réguler la densité et le format des enseignes, ainsi que la présence de publicité.Définir des secteurs stratégiques au niveau de ces axes (zones d'interdiction – entrée de ville, carrefours et giratoires principaux).Préserver les coupures vertes et la transitions avec l'espace rural.Prendre en compte tout particulièrement le traitement des accès aux sites les plus emblématiques du territoire : château de Fontainebleau, bourg de Barbizon.
Les parcs d'activité	<ul style="list-style-type: none">Enjeux de qualité des zones d'activité, notamment commerciales (format des enseignes et nombre), en particulier aux zones de croisement avec les axes principaux.Eviter la surdensité d'information qui dégrade la visibilité des entreprises.