



Communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau

Règlement Local de Publicité intercommunal



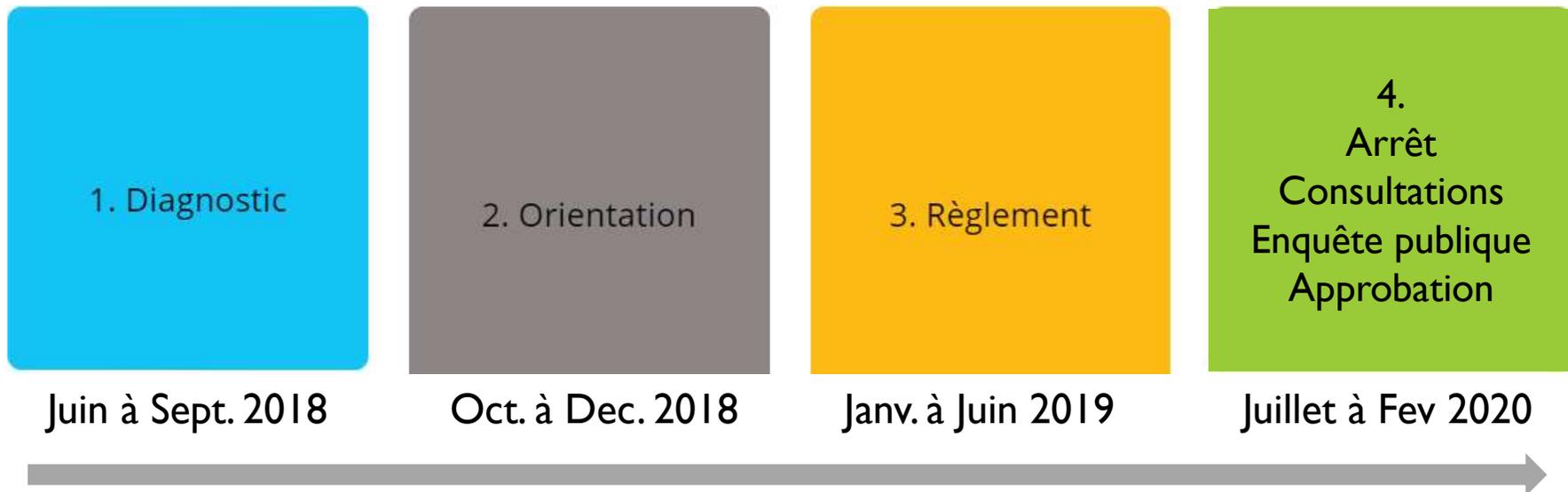
Diagnostic, enjeux et Orientations
21 février 2019





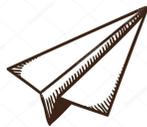
RAPPEL DE LA DÉMARCHE

UNE PROCÉDURE EN 4 ÉTAPES



UNE PROCÉDURE EN 4 ÉTAPES

1. Diagnostic



Réunion de lancement – juin 2018



Relevé des publicités et pré-enseignes par SOGEFI
Travail de terrain Even Conseil – juillet 2018



Réalisation du **diagnostic**, détermination des
enjeux – septembre / octobre 2018

2. Orientations



Définition des **objectifs et des orientations**
novembre-décembre 2018

PRINCIPALES DÉFINITIONS

PUBLICITÉ

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



! 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



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 »

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



LA FINALITÉ DU RLPi

Un équilibre entre :

- Développement économique et liberté d'expression
- Protection du cadre de vie



LES OBJECTIFS DU RLPi

- **Harmoniser les 3 RLP communaux et le RLPi existant sur le territoire**
- **Protéger le patrimoine naturel et paysager d'exception**
- **Maintenir un cadre de vie de qualité**
- **Renforcer l'attractivité de la communauté d'agglomération**
- **Mettre en valeur les centres-villes et bourgs**
- **S'adapter et anticiper les nouvelles technologies**

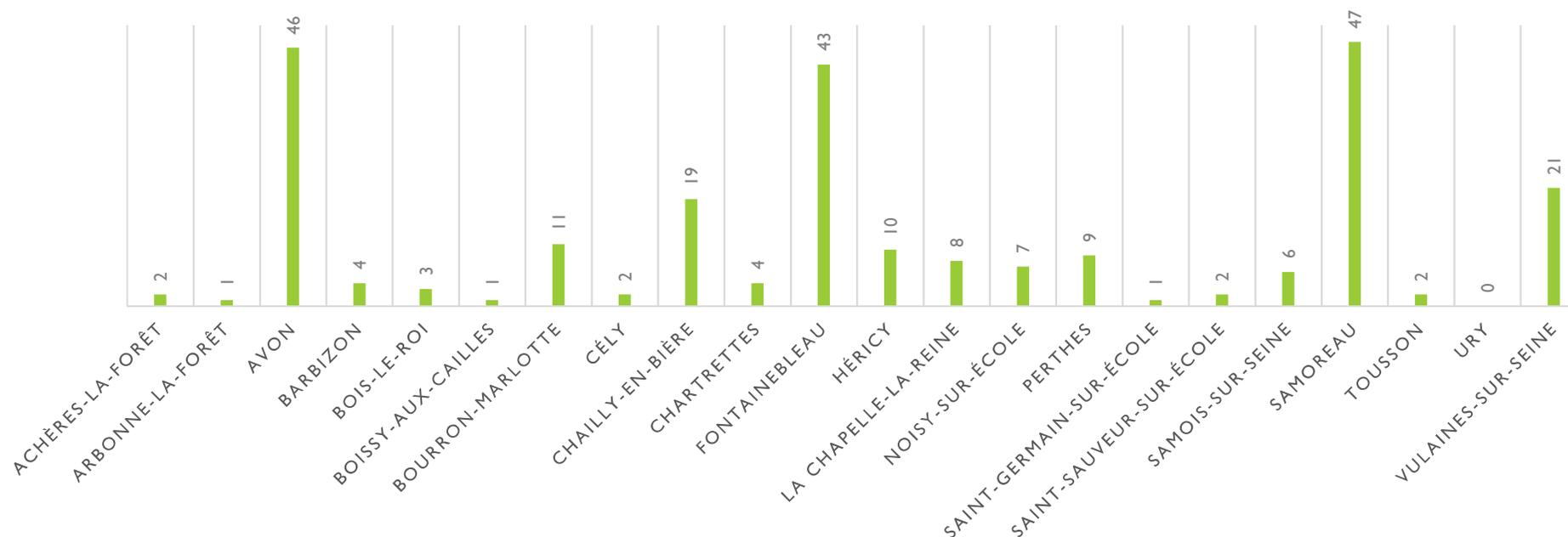


SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC

CONTEXTE TERRITORIAL ET RÉGLEMENTAIRE

RÉPARTITION TERRITORIALE

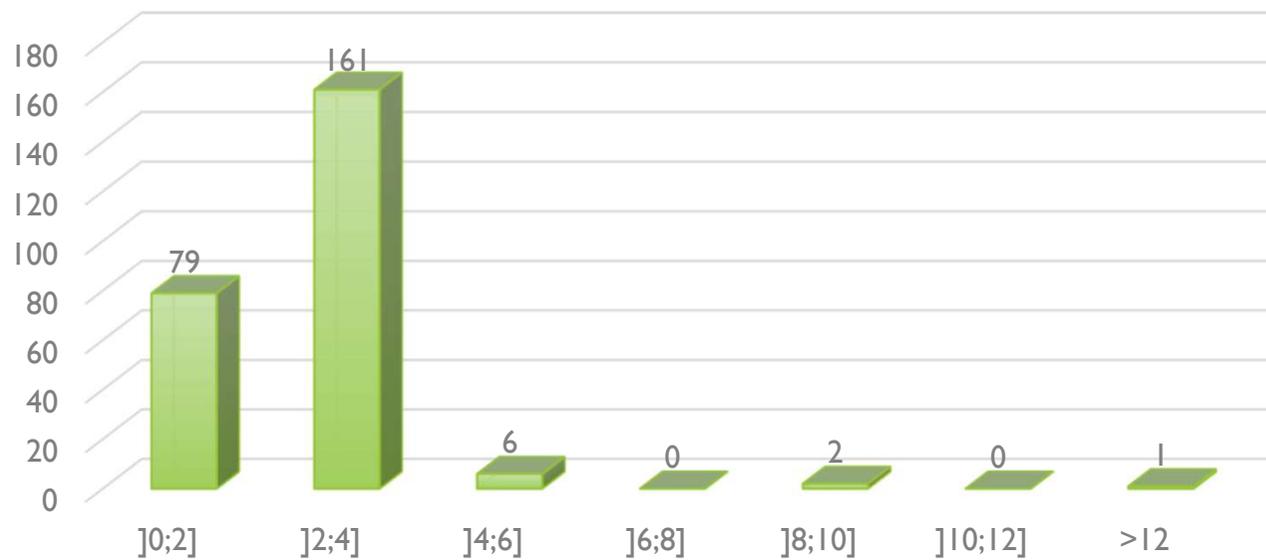
RÉPARTITION PAR COMMUNE



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

FORMAT DES DISPOSITIFS

Répartition des formats (m²)



TYOLOGIE D'IMPLANTATION DES DISPOSITIFS



Au sol



Au mur



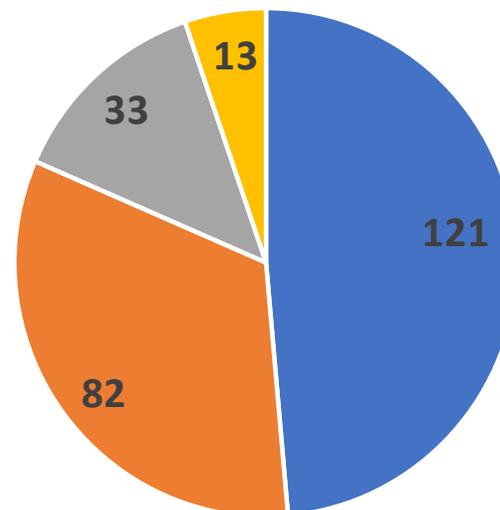
Mobilier urbain



Sur clôture

50% des publicités et préenseignes installées sur mobilier urbain.

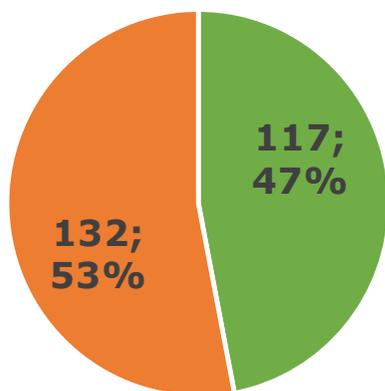
Typologie de support des publicités et préenseignes - 249 dispositifs



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

CONFORMITÉ À LA RÉGLEMENTATION NATIONALE

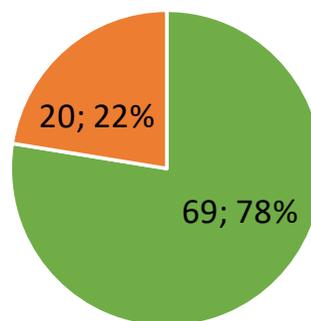
Conformité RNP des dispositifs



■ Conformes ■ Non conformes

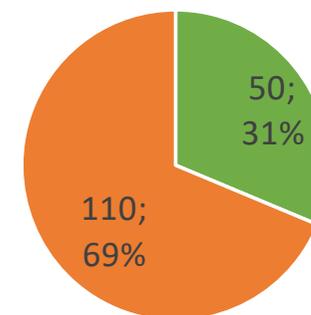
Moins de 50% de conformité à la réglementation nationale sur l'ensemble du territoire.

Conformité RNP - Fontainebleau & Avon
49 dispositifs



■ Conformes ■ Non conformes

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



■ Conformes ■ Non conformes

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

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 à plus de 6m du sol	1
Périmètre d'interdiction absolue	1



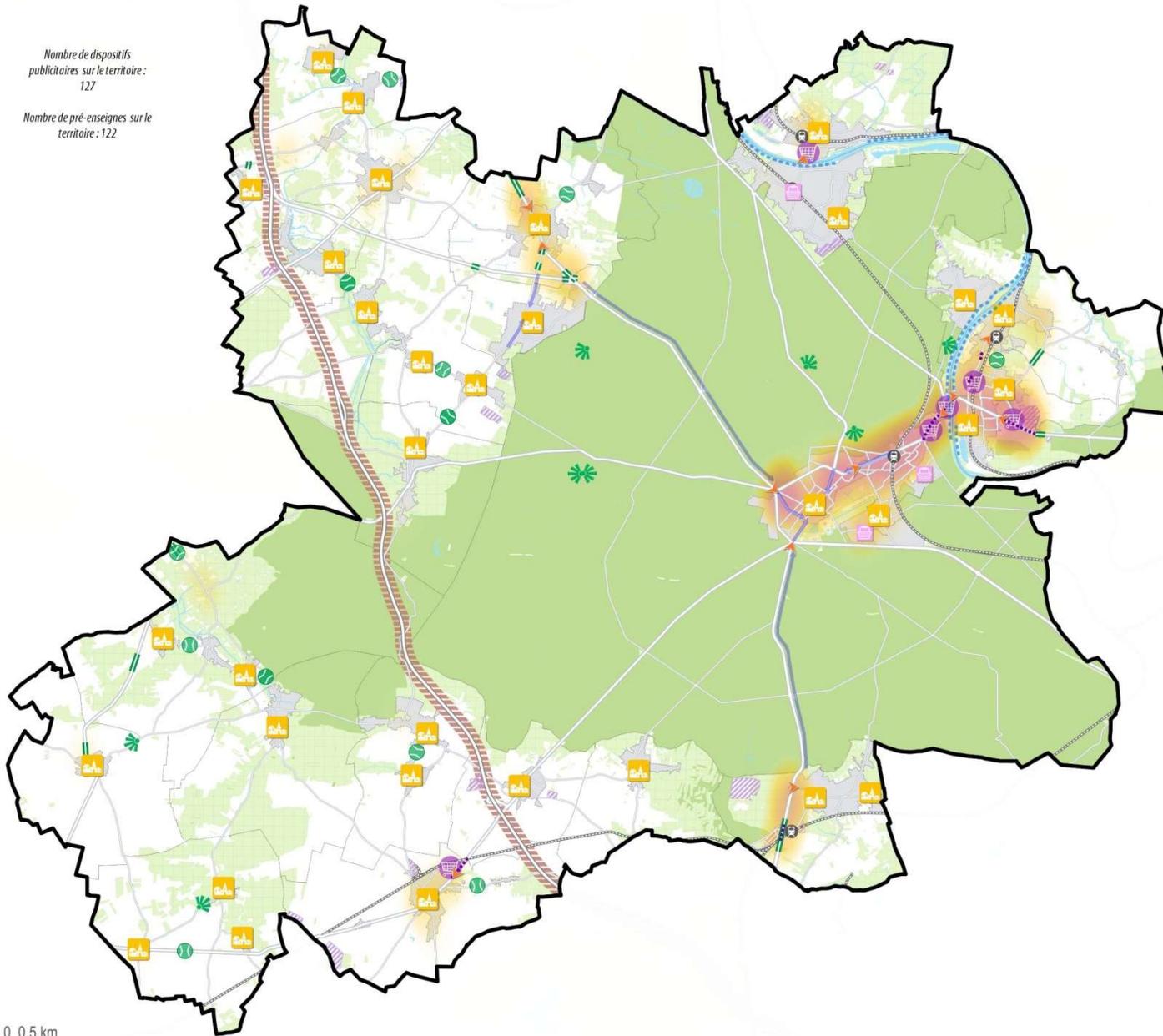
LES SECTEURS D'ENJEUX

SUR LE TERRITOIRE DU PAYS DE FONTAINEBLEAU



Nombre de dispositifs publicitaires sur le territoire : 127

Nombre de pré-enseignes sur le territoire : 122

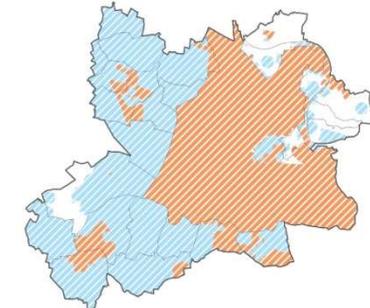


L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrées et traversées urbaines :

- Entrées de ville particulièrement sensibles aux problématiques de pollution visuelle
- Tendence 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



LES ORIENTATIONS



4 LIGNES DIRECTRICES POUR LE PROJET DE RLPI

- ORIENTATION 1 | Conforter l'attractivité du territoire
- ORIENTATION 2 | Valoriser les paysages porteurs des identités locales
- ORIENTATION 3 | Préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire
- ORIENTATION 4 | Assurer la visibilité des activités économiques et culturelles

ORIENTATION 1 | CONFORTER L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Préserver les richesses touristiques et patrimoniales, via :

- Le maintien de l'interdiction relative de publicité au sein des communes du PNR du Gâtinais Français. La signalisation se fait au moyen de la signalétique d'information locale, ainsi que par les préenseignes dérogatoires (produits du terroir, Monuments Historiques ouverts à la visite).
- Une attention particulière portée aux voies permettant l'accès aux sites emblématiques du territoire (Château de Fontainebleau, SPR de Barbizon et Bourron-Marlotte). L'implantation des enseignes, pré-enseignes et publicités sera encadrée de façon à assurer leur insertion dans le paysage de ces axes.
- La protection contre toute pollution visuelle potentiellement engendrée par les dispositifs de publicité extérieure des bords de rivière et des ruptures d'urbanisation.



ORIENTATION 1 | CONFORTER L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Veiller à la promotion touristique et culturelle :

- En communiquant sur les richesses du territoire (produits du terroir, Monuments Historiques ouverts à la visite), grâce à la mise en place de pré-enseignes dérogatoires conformes aux dispositions de la réglementation nationale.
- En développant la Signalétique d'Information Locale selon les guides existants (charte départementale, guide du PNR), pour une harmonisation à l'échelle du territoire et ainsi faciliter la lecture et les déplacements et donc l'accès aux activités locales.
- En faisant une priorité de la suppression des pré-enseignes non dérogatoires hors agglomération (non conformes RNP).
- En veillant à la bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle sur le territoire, par l'établissement d'emplacements dédiés. Vérifier les surfaces et répartition d'affichage libre sur les communes et palier aux manques éventuels le cas échéant.



ORIENTATION 2 | VALORISER LES PAYSAGES PORTEURS DES IDENTITÉS LOCALES

Améliorer la mise en scène paysagère des principales entrées de villes et traversées urbaines du territoire :

- En préservant les séquences majeures d'entrée de ville et autres secteurs stratégiques le long des traversées (principaux ronds-points / carrefours).
- En limitant l'emprise visuelle (format et nombre) des dispositifs tout en maintenant des possibilités d'affichage le long des principaux axes : trouver l'équilibre entre préservation des traversées, qui sont les vitrines du territoire et expressions des acteurs économiques sur ces secteurs de forte fréquentation.



ORIENTATION 2 | VALORISER LES PAYSAGES PORTEURS DES IDENTITÉS LOCALES

Mettre en valeur les éléments de patrimoine, remarquables comme ordinaires :

- En conservant un périmètre d'interdiction de la publicité aux abords directs des Monuments Historiques.
- En protégeant les cœurs de bourgs ou abords de patrimoine ordinaire non couverts par une protection patrimoniale d'un affichage publicitaire trop important.
- En encadrant l'implantation des enseignes au sein des cœurs de bourgs et centres-villes, pour une harmonisation des ensembles urbains et une valorisation du bâti ancien.



ORIENTATION 3 | PRÉSERVER LE CADRE DE VIE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE



Limiter la pollution lumineuse des publicités et enseignes :

- Etendre la plage horaire d'extinction nocturne des dispositifs lumineux
- Encadrer l'affichage numérique (zone d'interdiction, implantation, format, ...)

Valoriser le paysage du quotidien:

- Dans les pôles de proximité, en harmonisant le traitement des enseignes. Le travail ces secteurs a pour but la valorisation visuelle des petits commerces et ainsi l'accroissement leur attractivité.
- Dans les quartiers résidentiels, l'objectif est d'adapter (format, densité) les dispositifs de communication visuelle au contexte urbain dédié à l'habitat et qui n'a donc pas vocation à accueillir enseignes, publicités et pré-enseignes
- Sur l'ensemble du territoire, exiger qualité et durabilité du matériel constituant enseignes, pré-enseignes et publicités.



ORIENTATION 4 | ASSURER LA VISIBILITE DES ACTIVITES ECONOMIQUES ET CULTURELLES



Assurer la lisibilité et la qualité des paysages commerciaux :

- Encadrer la densité et la nature des dispositifs dans les zones d'activité
- Encourager la mutualisation des enseignes d'activités situées sur une même unité foncière

Encadrer l'affichage temporaire :

- En toute zone, limiter l'impact visuel lié aux affichages temporaires, tout en valorisant le message porté par les dispositifs. Visibilité accrue par la suppression de la surdensité d'informations.





LE CALENDRIER

DES ÉTAPES À VENIR



CALENDRIER DU RLPI - PHASE RÈGLEMENT

