

Extrait du registre des délibérations de la séance du conseil communautaire  
du 21 février 2019

**Délibération n° 2019-016 – Urbanisme – Débat sur les orientations et objectifs du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) du Pays de Fontainebleau**

Membres élus	61
Membres en exercice	61
Présents ou représentés	56
Ne prend pas part au vote	0
Votants	56
Abstention	0
Blancs ou nuls	0
Suffrage exprimés	56
Majorité absolue	29
Pour	56
Contre	0

L'an deux mil dix-neuf, le 21 février, à compter de 19h30, le conseil communautaire, régulièrement convoqué en date du 15 février 2019, s'est réuni à la salle de l'Orangerie de Héricy, sous la présidence de M. Pascal GOUHOURY.

Membres présents :

M. Pascal GOUHOURY, Président.

Mmes Geneviève ARNAUD, Sylvie BELLECOURT-BOUCHET, Magali BELMIN, Françoise BICHON-LHERMITTE, Françoise BOURDREUX-TOMASCHKE, Muriel CORMORANT, Véronique FEMENIA, Monique FOURNIER, Colette GABET, Maryse GALMARD-PETERS, Chantal LE BRET, Geneviève MACHERY, Hélène MAGGIORI, Marie-Charlotte NOUHAUD, Chantal PAYAN, Béatrice RUCHETON, Chrystel SOMBRET, Louise TISSERAND, Catherine TRIOLET, Nathalie VINOT et Christiane WALTER.

MM. Christophe BAGUET, Dimitri BANDINI, Jean-Louis BOUCHUT, Christian BOURNERY, Patrick CHADAILLAT, Gérard CHANCLUD, Yann DE CARLAN, Jean-Claude DELAUNE, Claude DÉZERT, David DINTILHAC, Philippe DORIN, Philippe DOUCE, Thibault FLINÉ, Patrick GRUEL, Jean-Claude HARRY, Jean-Pierre JOUBERT, Fabrice LARCHÉ, Patrice MALCHÈRE, Didier MAUS, Jean-Marie PETIT, Olivier PLANCKE, Aimé PLOUVIER, Patrick POCHON, Thierry PORTELETTE, David POTTIER, Daniel RAYMOND, Laurent SIGLER, Cédric THOMA et Frédéric VALLETOUX.

Membres ayant donné pouvoir :

Mme Francine BOLLET à M. Daniel RAYMOND.

Mme Roseline SARKISSIAN à M. Dimitri BANDINI.

M. Michel BUREAU à M. Pascal GOUHOURY.

M. Brice DUTHION à M. David DINTILHAC.

M. François ROY à M. Olivier PLANCKE.

Membres absents :

Mme Valérie VILLIEZ.

M. Pierre BACQUÉ.

M. Alain CHAMBRON.

M. Philippe DROUET.

M. Hubert TURQUET.

Secrétaire de Séance : Mme Monique FOURNIER.

**Rapporteur : Mme Bouchet-Bellecourt**

Ce point a été présenté à la commission urbanisme, habitat, logement et déplacement du 7 février 2019.

Par délibération du 14 décembre 2017, la communauté d'agglomération a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal du Pays de Fontainebleau.

Les objectifs généraux qui ont été définis en phase de lancement de la procédure étaient les suivants :

- adapter les documents communaux aux évolutions du droit et notamment du code de l'environnement pour éviter leur caducité au 13 juillet 2020 mais aussi à celles de la société et des usages ;
- s'approprier les objectifs de la loi afin de les harmoniser aux enjeux du territoire de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau tout en préservant son patrimoine et en conciliant les évolutions technologiques avec les besoins des acteurs économiques ;
- créer un nouveau zonage adapté au territoire intercommunal qui permettra d'identifier des zones à l'intérieur desquelles la publicité sera davantage encadrée et mieux ajustée au cadre environnant : entrée de ville et village, grands axes de circulation, centre-ville, zones d'activités économiques, autour d'équipements spécifiques, dans les projets urbains... ;
- permettre dans les secteurs urbains protégés d'assouplir l'interdiction de publicité (ou de maintenir la dérogation actuelle) afin d'admettre l'expression publicitaire minimale nécessaire à l'animation de la vie locale, à l'accompagnement du développement touristique et aussi aux besoins des collectivités en terme d'affichage sur mobilier urbain ;
- prendre en compte dans le respect du cadre de vie, la nécessaire animation des centralités ainsi que les besoins en communication des acteurs économiques (notamment des commerces et entreprises) et des collectivités en admettant pour ces dernières la publicité apposée sur les mobiliers urbains (entre autres les MUPI, abris-bus, kiosque, etc) même en secteurs protégés selon toutefois des superficies d'affichage et des procédés adaptés ;
- intégrer la charte devantures et enseignes de la ville de Fontainebleau approuvée par le conseil municipal le 26 mai 2015 ;
- limiter la pollution visuelle des dispositifs d'information en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation ainsi que leur intensité lumineuse et/ou énergivores pour lutter contre la pollution lumineuse ;
- limiter le nombre d'enseignes par façades, mieux les positionner et contrôler les conditions d'éclairage afin d'incorporer leur intégration à l'environnement, en fonction du type d'architecture des immeubles ;
- disposer d'un règlement local de publicité intercommunal fixant les orientations et une réglementation précises pour tous types de systèmes publicitaires, enseignes, pré-enseignes, qui tiendra aussi compte des nouveaux procédés et nouvelles technologies en matière de publicité : vitrophanie, bâches publicitaires, micro-affichage, publicités numériques, grands formats....;

- conférer aux maires et à leur service un outil didactique et efficace pour instruire les demandes d'implantation qui soit par conséquent facile d'application et de compréhension.

Différentes particularités du territoire ont été aussi identifiées :

- le cœur urbain de l'agglomération Fontainebleau-Avon,
- les pôles urbains secondaires (Bois-le-Roi, Barbizon, Bourron-Marlotte, etc),
- les communes limitrophes aux zones commerciales de Melun,
- les communes des bords de Seine subissant une récente pression,
- les communes membres du PNR du gâtinais français,
- le milieu agricole (signalétique et publicité des produits du terroir),
- les 8 zones d'activités intercommunales (totalisant 66.5 hectares et représentant 143 entreprises) et des zones économiques communales,
- les 6 gares ferroviaires reliées à Paris,
- la présence très nombreuses de lieux protégés (abords des monuments historiques, sites inscrits, sites classés, site Unesco château et bientôt forêt, sites patrimoniaux remarquables actuels (Barbizon et Bourron-Marlotte) et à venir (Fontainebleau-Avon).

Puis, entre début juin et fin novembre 2018 un diagnostic a été réalisé sur l'ensemble du territoire du Pays de Fontainebleau dont les données clés sont résumées ci-dessous :

- 3 règlements locaux de publicité communaux : Bourron-Marlotte datant de 1993, Fontainebleau de 2000 et Avon de 2009 et un RLPi datant de 1989 regroupant 4 communes - Cély-en-Bière, Chailly-en-Bière, Perthes-en-Gâtinais et Saint-Sauveur-sur-Ecole - sont non conformes à la loi n°201-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite «Grenelle II». Passé le 13 juillet 2020, ils deviendront caducs s'ils ne sont pas révisés ;
- le territoire dispose d'un contexte paysager et patrimonial particulièrement remarquable qui fixe des interdictions concernant la publicité ;  
Nombreux périmètres de protection couvrent l'ensemble des 26 communes :
  - 16 communes appartiennent au PNR du Gâtinais français,
  - 2 « sites patrimoniaux remarquables (SPR) » : Bourron-Marlotte et Barbizon et 1 en cours de création sur Fontainebleau et Avon,
  - 81 monuments historiques,
  - 3 sites Natura 2000,
  - 2 sites reconnus par l'Unesco : le château de Fontainebleau (en projet : extension à la forêt de Fontainebleau) et la réserve de biosphère dont le périmètre s'étend sur 126 communes dont notamment sur nos 26 communes,
  - une grande variété de ses paysages qui sont identifiés en sites inscrits et classés (plus d'une trentaine de sites sont recensés recouvrant 87% du territoire),  
=> 19 communes ont une double protection au titre des sites et abords de monuments historiques, 3 communes ont une seule protection au titre des sites ou abords, seules 2 communes n'ont pas de protection ni au titre du paysage, ni au titre du patrimoine.A noter que le massif forestier de Fontainebleau est le deuxième massif boisé de France qui fait l'objet du plus haut niveau de protection au titre des espaces protégés. Le Pays de Fontainebleau est ainsi l'un des territoires les plus riches en biodiversité de Seine-et-Marne qui possède le plus grand nombre de dispositifs d'inventaires (ZNIEFF et ZICO) et de protections (arrêtés de biotope, forêt de protection, forêt d'exception, réserves biologiques, réserve internationale de biosphère, etc) ;
- un territoire avec un cadre de vie de qualité et un paysage hors du commun, globalement préservé de la publicité : La plupart des dispositifs présente une surface inférieure à 4m<sup>2</sup>, notamment sous forme de panneaux muraux ou sur clôture, de petites pré-enseignes au sol ou de mobilier urbain (abris-bus, sucettes) ;

- la majorité des dispositifs publicités et pré-enseignes recensés dans l'inventaire se trouvent dans les communes de Samoreau, Avon, Fontainebleau et Vulaines-sur-Seine ;
- moins de 50% des dispositifs du territoire sont toutefois conformes à la réglementation nationale, du fait des nombreuses protections du patrimoine présentes sur le territoire, ce qui limite l'impact paysager de ces dispositifs et la pollution visuelle du territoire ;
- les principales raisons de non-conformité à la réglementation nationale sont liées à l'installation de dispositifs au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, une implantation hors agglomération ou dans le périmètre du parc naturel régional. Les infractions au code de l'environnement relèvent donc davantage du lieu d'implantation des dispositifs que de leurs caractéristiques propres (format, densité, etc.) ;
- le recensement des enseignes n'a pas fait l'objet d'un traitement statistique, mais davantage qualitatif, sous format de reportage photo, permettant de repérer les principales non-conformités, les différentes caractéristiques et les axes d'amélioration.

La mise en place du RLPi s'avère donc essentielle pour garantir un meilleur respect des règles nationales et pour une recherche constante d'amélioration du cadre de vie, par la mise en place de règles locales.

La procédure d'élaboration d'un RLPi est identique à celle d'un PLUi.

Ainsi conformément à l'article L.153-12 du code de l'urbanisme un débat doit être tenu sur les orientations dans les conseils municipaux des communes membres et en conseil communautaire.

A ce stade de la procédure et de la démarche, la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau a donc invité les communes à débattre. En l'absence de retour d'ici le 20 mai 2019, le débat sera réputé tenu par la commune. Il est à noter que l'avis des communes, via leurs conseils municipaux, sera à nouveau sollicité pour s'assurer que le dossier corresponde bien aux attentes de chacun : de manière facultative avant l'arrêt du projet et de manière officielle sur la base du RLPi arrêté (avis sous 3 mois après arrêt par délibération).

Ces orientations et objectifs seront ensuite déclinés réglementairement au travers de la définition des zones de publicités et du règlement qui leur sera associé, concernant d'une part les publicités et pré-enseignes et d'autre part les enseignes.

Les secteurs à enjeux ont été identifiés comme suit:

- les espaces paysagers et patrimoniaux qui nécessitent d'être préservés de la pollution visuelle engendrée par les dispositifs publicitaires tels que : le périmètre protégé du château de Fontainebleau, le Parc Naturel Régional (PNR) du Gâtinais, Barbizon, Bourron-Marlotte, les bords de Seine,
- les entrées de ville et les axes traversants qui doivent concilier les enjeux de visibilité des acteurs économiques et de préservation du paysage,
- les pôles commerçants dans les centres-bourgs et centres-villes patrimoniaux sont à valoriser tout en s'appuyant sur la richesse patrimoniale pour garantir un cadre de vie agréable,
- les zones d'activités économiques qui sont des espaces de grande visibilité pour les acteurs économiques dans lesquelles il faut assurer la qualité paysagère,
- enfin, la qualité du cadre de vie dans les pôles de proximité et les quartiers résidentiels doit être préservée en y encadrant l'implantation des dispositifs.

L'identification de ces enjeux a permis de définir 4 grandes orientations pour guider l'élaboration du RLPi du Pays de Fontainebleau présenté dans le document joint en annexe à la délibération. Tous les autres documents sont disponibles sur le site internet de l'agglomération.

- orientation n°1 : conforter l'attractivité du territoire  
L'attractivité du territoire doit être confortée par la préservation des richesses touristiques et patrimoniales ainsi que par la promotion de l'attractivité touristique et culturelle.  
Cela sera permis par l'encadrement strict des dispositifs publicitaires et la mise en place de pré-enseignes dérogatoires et d'une signalétique d'information locale ;
- orientation n°2 : valoriser les paysages porteurs des identités locales  
Il est important de valoriser les paysages porteurs d'une identité locale grâce à la mise en scène des entrées de villes et des secteurs stratégiques de traversée urbaines et la mise en valeur des éléments de patrimoine et des cônes de vue identifiés.  
A ce titre, la publicité sera interdite à proximité des bâtiments historiques et limitée en taille et en nombre dans les centres-bourgs ;
- orientation n°3 : préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire  
La préservation du cadre de vie sur l'ensemble du territoire passe par une valorisation du paysage quotidien grâce à un encadrement de la taille et de la densité des dispositifs et une amélioration de leur qualité. Le RLPi recommandera également de limiter la pollution lumineuse en étendant la période d'extinction nocturne des dispositifs lumineux et numériques ;
- orientation n°4 : assurer la visibilité des activités économiques et culturelles  
Il est important d'assurer la visibilité des activités économiques et culturelles grâce à la promotion de la qualité des paysages commerciaux. Cela sera permis par l'encadrement de la densité des dispositifs notamment de l'affichage temporaire afin d'en assurer une meilleure visibilité.

Plus précisément, les orientations sont,

- en termes de publicités :
  - conserver des petits formats,
  - réintroduire la publicité dans certaines zones tout en maintenant certains périmètres d'interdiction,
  - encadrer les dispositifs numériques et lumineux,
  - étendre la période d'extinction nocturne.
- en termes d'enseignes :
  - encadrer de façon plus ou moins stricte l'implantation des enseignes en fonction du contexte patrimonial et urbain,
  - réguler de la densité dans les zones d'activités commerciales en supprimant certains dispositifs au sol et sur clôture,
  - encadrer les dispositifs lumineux et numériques,
  - étendre la période d'extinction nocturne.

Pour mémoire, tous les documents de travail sont disponibles sur le site internet de la communauté d'agglomération, site complété au fur et à mesure de l'avancée des études.

Ceci étant exposé, Monsieur le Président demande à bien vouloir débattre sur les orientations présentées ci-dessus.

Vu le code général des collectivités territoriales,

Vu le code de l'urbanisme, notamment son article L.153-12,

Vu le code de l'environnement et notamment les dispositions du chapitre 1<sup>er</sup> Titre VIII du livre V relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes,

Vu l'arrêté préfectoral 2016/DRCL/BCCCL n° 109 du 19 décembre 2016 portant création de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau, et plus particulièrement la compétence en matière de plan local d'urbanisme et par ricochet la compétence règlement local de la publicité,

Vu la délibération du conseil communautaire en date du 29 juin 2017 approuvant les nouveaux statuts de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau,

Vu la délibération numéro 2017-190 du 14 décembre 2017 prescrivant l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi), fixant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation et collaboration,

Vu le projet d'orientations et d'objectifs du RLPi annexé à la délibération,

Après en avoir débattu, il est ainsi demandé à l'assemblée de bien vouloir prendre acte du débat ayant eu lieu sur les orientations et les objectifs du projet de règlement local de publicité intercommunal du Pays de Fontainebleau.

### **Décision**

L'assemblée, à l'unanimité, prend acte du débat ayant eu lieu sur les orientations et les objectifs du projet de règlement local de publicité intercommunal du Pays de Fontainebleau.

Fait et délibéré en séance les jours, mois et an susdits,  
Ont signé les membres présents.



Pour extrait conforme,

Le Président,

Pascal GOUHOURY

**25 FEV. 2019**

Certifié exécutoire le

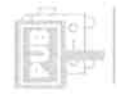
Publication le

**25 FEV. 2019**

Le présent acte administratif peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir dans les deux mois suivant sa publication et sa transmission au représentant de l'État auprès du tribunal administratif de Melun.

# Communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau

## Règlement Local de Publicité intercommunal



Document de travail : propositions  
Orientations et objectifs



# LES OBJECTIFS D'ÉLABORATION DU RLPI

## Délibération du 14 décembre 2017

### En résumé:

- Adapter les documents existants aux **évolutions législatives**, mais aussi aux **évolutions de la société**.
- Adapter les objectifs nationaux aux spécificités locales, en conciliant **préservation d'un paysage** et d'un patrimoine d'exception avec les **besoin des acteurs économiques** locaux et ceci via notamment un travail de zonage.
- Permettre une **expression publicitaire maîtrisée** dans les secteurs de protection du patrimoine (dérogation à l'interdiction relative).
- **Limiter au maximum la pollution visuelle** liée au dispositifs publicitaires et aux enseignes.
- Prendre en compte et accompagner **l'arrivée des nouveaux dispositifs** de publicité (numérique, bâches, vitrophanie, covering grand format, micro-affichage, ...).
- Conférer le **pouvoir de police** à l'échelle des communes et faciliter l'application du règlement via la création d'un outil didactique.
- Assurer **l'esthétisme des enseignes** dans le règlement de publicité intercommunale, en intégrant notamment la charte des devantures et des enseignes de Fontainebleau.



## LES OBJECTIFS D'ÉLABORATION DU RLPI

Aussi le RLPI devra prendre en compte les différentes particularités du territoire :

- le cœur urbain de l'agglomération - Fontainebleau-Avon -,
- les pôles urbains secondaires (Bois le Roi, Barbizon, Bourron-Marlotte, etc),
- les communes limitrophes aux zones commerciales de Melun,
- les communes des bords de Seine subissant une récente pression,
- les communes membres du PNR du gâtinais français,
- le milieu agricole (signalétique et publicité des produits du terroir),
- les 8 zones d'activités intercommunales (totalisant 66.5 hectares et représentant 143 entreprises) et des zones économiques communales,
- les 6 gares ferroviaires reliées à Paris,
- la présence très nombreuses de lieux protégés (abords des monuments historiques, sites inscrits, sites classés, site Unesco château et bientôt forêt, Sites Patrimoniaux Remarquables actuels (Barbizon et Bourron-Marlotte) et à venir (Fontainebleau-Avon),



# 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 :

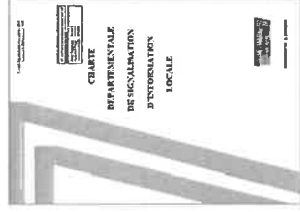
- Le maintien de l'interdiction relative de publicité au sein des communes du PNR du Gâtinais Français. La signalisation se fait au moyen de la signalétique d'information locale, ainsi que par les préenseignes dérogatoires (produits du terroir, Monuments Historiques ouverts à la visite).
- Une attention 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.
- La protection des cônes de vue majeurs (notamment ceux identifiés par le PNR du Gâtinais Français –cf plan de la charte, et d'autres identifiés dans la carte des enjeux)



## 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 préenseignes 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 préenseignes 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.



**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.



**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



### Valoriser le paysage du quotidien:

- Dans les pôles de proximité, en harmonisant le traitement des enseignes. Le travail de ces secteurs a pour but la valorisation visuelle des petits commerces et ainsi l'accroissement de leur attractivité. Travail qui s'appuiera sur la charte qualité devantures enseignes commerciales de Fontainebleau et le guide du PNR, tous deux édités en 2015.
- 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.

### 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, puissance...)





## 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.



Accusé de réception en préfecture  
077-200072346-20190221-2019-016-DE  
Date de télétransmission : 25/02/2019  
Date de réception préfecture : 25/02/2019

## Un règlement local de publicité à l'échelle du Pays de Fontainebleau est en cours d'élaboration

La Communauté d'Agglomération du Pays de Fontainebleau (CAPF) poursuit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI). Ce document vise à mettre en place une bonne gestion du droit publicitaire sur tout le territoire afin de protéger le paysage et l'environnement tout en assurant une bonne visibilité aux activités (commerces, monuments, etc.). Ce document permettra d'adapter la réglementation nationale de publicité aux spécificités des 26 communes du Pays de Fontainebleau.



RD24, Saint-Sauveur-sur-Ecole

Un premier recensement des dispositifs (publicités, pré-enseignes et enseignes) a permis d'en identifier un peu plus de 700 à l'échelle de la CAPF. Malgré l'aspect très qualitatif du territoire, 55% de ces dispositifs sont non-conformes à la réglementation nationale. La principale raison de non-conformité est due à l'implantation de pré-enseignes dans les communes de moins de 10 000 habitants. Viennent ensuite l'installation hors agglomération ou au sein du périmètre du Parc Naturel Régional du Gâtinais Français. Les infractions au code de l'environnement relèvent donc davantage du lieu d'implantation des dispositifs que de leurs caractéristiques propres (format, densité, etc.).

Barbizon, RD607



En effet, la majorité des publicités et pré-enseignes installées sur le territoire présentent un petit format (entre 2 et 4m<sup>2</sup>), ce qui limite l'impact paysager de ces dispositifs et la pollution visuelle du territoire.

Le recensement des enseignes n'a pas fait l'objet d'un traitement statistique, mais davantage qualitatif, sous format de reportage photo, permettant de repérer les principales non-conformités, les différentes caractéristiques et les axes d'amélioration.

La mise en place du RLPI s'avère essentielle pour garantir un meilleur respect des règles nationales et pour une recherche constante d'amélioration du cadre de vie, par la mise en place de règles locales.



Publicité



Enseignes



Pré-enseignes

La première phase d'élaboration du RLPI a permis de cibler les secteurs à enjeux :

- Les **espaces paysagers et patrimoniaux** tels que le château de Fontainebleau, le parc naturel régional (PNR) du Gâtinais, Barbizon, Bourron-Marlotte, les bords de Seine, qui nécessitent d'être préservés de la pollution visuelle engendrée par les dispositifs publicitaires.
- Les **entrées de ville et les axes traversants** qui doivent concilier les enjeux de visibilité des acteurs économiques et de préservation du paysage.
- Il est important de valoriser les pôles commerçants dans les **centres-bourgs patrimoniaux** tout en s'appuyant sur la richesse patrimoniale pour garantir un cadre de vie agréable.
- Les **zones d'activités économiques** qui sont des espaces de grande visibilité pour les acteurs économiques dans lequel il faut assurer la qualité paysagère.
- Enfin, la qualité du cadre de vie dans les **pôles de proximité et les quartiers résidentiels** doit être préservée.

L'identification de ces enjeux a permis de définir des orientations pour guider l'élaboration du RLPI. Tout d'abord, l'attractivité du territoire doit être confortée par la préservation des richesses touristiques et patrimoniales ainsi que par la promotion de l'attractivité touristique et culturelle. Cela sera permis par l'encadrement strict des dispositifs publicitaires et la mise en place de pré-enseignes dérogatoires et d'une signalétique d'information locale.

Il est également important de valoriser les paysages porteurs d'une identité locale grâce à la mise en scène des entrées de villes et des secteurs stratégiques de traversée et la mise en valeur des éléments de patrimoine. A ce titre, la publicité sera interdite à proximité des bâtiments historiques

et limitée en taille et en nombre dans les centres-bourgs.

La préservation du cadre de vie sur l'ensemble du territoire passe par une valorisation du paysage quotidien grâce à un encadrement de la taille et de la densité des dispositifs et une amélioration de leur qualité. Le RLPi limitera également la pollution lumineuse en étendant la période d'extinction nocturne des dispositifs lumineux et numériques.

Enfin il est important d'assurer la visibilité des activités économiques et culturelles grâce à la promotion de la qualité des paysages commerciaux. Cela sera permis par l'encadrement de la densité des dispositifs notamment de l'affichage temporaire afin d'en assurer une meilleure visibilité.

Accusé de réception en préfecture  
077-200072346-20190221-2019-016-DE  
Date de télétransmission : 25/02/2019  
Date de réception préfecture : 25/02/2019



## LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DU PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Le Pays de Fontainebleau a lancé l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal en juin 2018. Il concerne les 26 communes de la CAPF, territoire de compétence suite à la loi NOTRe en 2017.



### LE SAVIEZ-VOUS ?

La réglementation nationale et les RLP se basent sur deux principes généraux :

- Le principe de la liberté d'expression
- Le principe de la protection du cadre de vie et de l'intérêt général



### Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité intercommunal ?

C'est un document permettant la bonne gestion du droit publicitaire à l'échelle d'une intercommunalité. Il veille à la protection du paysage et de l'environnement tout en assurant une bonne visibilité aux commerçants.

### A quoi sert-il ?

Le RLPi permet d'ajuster le règlement national de publicité aux enjeux du territoire. Ce document fixe, secteur par secteur, les obligations en matière d'affichage publicitaire (densité, taille et nombre de dispositifs, règles d'extinction des dispositifs lumineux).

### Principales définitions



Les publicités sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention. Elles sont interdites hors agglomération.

Les pré-enseignes sont des dispositifs signalant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité déterminée. Ces pré-enseignes dérogatoires peuvent être autorisés hors agglomération.

Les enseignes sont les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée.

En agglomération, la même réglementation s'applique aux publicités et enseignes. Publicités et pré-enseignes sont interdites hors agglomération (exceptées les pré-enseignes pour les produits du terroir et les monuments historiques)



### Pourquoi élaborer un RLPi dans le Pays de Fontainebleau ?

L'objectif du RLPi est de proposer une réglementation cohérente de la publicité sur l'ensemble du territoire afin de protéger son patrimoine bâti et naturel et de renforcer l'attractivité de la CAPF. Le règlement devra prendre en compte les évolutions législatives, sociales, environnementales ainsi que l'arrivée de nouveaux dispositifs de publicité (numérique, bâche, vitrophanie...).

### Le calendrier d'élaboration



### S'informer et participer

- Retrouvez les documents relatifs au RLP sur le site internet de la collectivité
- Inscrivez vos remarques dans le registre de concertation situé au siège de l'agglomération et des 26 mairies des communes membres.

- Contactez la CAPF :  
44 rue du Château, 77300 Fontainebleau  
accueil@paysdefontainebleau.fr  
01 64 70 10 80



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Accusé de réception en préfecture  
077-200072346-20190221-2019-016-DE  
Date de télétransmission : 25/02/2019  
Date de réception préfecture : 25/02/2019

## LE DIAGNOSTIC

### 7

3 communes ont déjà un Règlement Local de Publicité : Bourron-Marlotte (1993), Fontainebleau (2000) et Avon (2009)

4 communes : Cély-en-Brières, Chailly-en-Bière, Perthes-en-Gâtinais et Saint-Sauveur-sur-Ecole ont un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) depuis 1989.

Les documents écrits avant 2010 doivent être mis en conformité avec la loi portant Engagement National pour l'Environnement (Grenelle II) avant juillet 2020.



La plupart des dispositifs publicitaires et pré-enseignes se trouvent dans les communes de Samoreau, Avon, Fontainebleau et Vauines-sur-Seine

moins de **50%**

des dispositifs du territoire sont actuellement conformes à la réglementation nationale.

Le contexte paysager et patrimonial remarquable fixe des interdictions concernant la publicité.

**87%** du territoire est protégé par des sites inscrits et classés

**16** communes au sein du Parc Naturel du Gâtinais français

**81** monuments historiques

**2** « Sites Patrimoniaux remarquables » : Bourron-Marlotte et Barbizon et un en cours de création (Fontainebleau / Avon)

**3** sites Natura 2000

La plupart des dispositifs présente une surface inférieure à

**4m<sup>2</sup>**

(panneaux muraux, préenseignes au sol, abris-bus, etc.)



Les principales raisons de non-conformité à la réglementation nationale sont liées à l'installation de dispositifs au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, une implantation hors agglomération ou dans le périmètre du Parc Naturel Régional



Un territoire avec un cadre de vie de qualité et un paysage hors du commun, globalement préservé de la publicité. Le massif forestier de Fontainebleau est le deuxième massif boisé de France, ayant le plus haut niveau de protection au titre des espaces protégés. Le territoire est reconnu par l'UNESCO comme réserve de biosphère (125 communes) en plus du château de Fontainebleau et de son parc.

## Le diagnostic a permis d'identifier plusieurs secteurs auxquels sont rattachés différents enjeux :

**Les secteurs à préserver :**  
les espaces paysagers et patrimoniaux (Château de Fontainebleau et ses alentours, Barbizon, Bourron-Marlotte, Parc Naturel Régional du Gâtinais et bords de Seine)

- Préserver les espaces de nature en ville et les sites patrimoniaux
- Déterminer des espaces où la publicité est interdite
- Encadrer l'implantation des enseignes



**Les zones d'activités économiques**

- Assurer une meilleure lisibilité et qualité paysagère des espaces commerciaux
- Éviter la surdensité d'information qui dégrade la visibilité des entreprises.
- Encadrer les types de matériaux utilisés



**Les portes et traversées de territoire, les axes structurants**

- Concilier visibilité des acteurs économiques et qualité paysagère des axes majeurs de traversée du territoire.
- Définir des secteurs stratégiques au niveau de ces axes (zones d'interdiction - entrée de ville, carrefours et giratoires principaux).
- Préserver le paysage (espace rural et sites emblématiques)



**Les centres-bourgs et centres-villes patrimoniaux**

- Améliorer la qualité esthétique des enseignes des petits commerces
- Respecter et mettre en valeur le bâti ancien et les ensembles urbains traditionnels
- Préserver le cadre de vie des zones à vocation résidentielle



**Les espaces du quotidien : les pôles de proximité et quartiers résidentiels**

- Préserver le paysage du quotidien sur l'ensemble du territoire
- Adapter le format de la publicité au contexte résidentiel
- Encadrer l'implantation des enseignes

## LES ORIENTATIONS

### LES PUBLICITÉS

- Conserver des petits formats
- Réintroduire la publicité dans certaines zones tout en maintenant certains périmètres d'interdiction
- Encadrer les dispositifs numériques et lumineux
- Étendre la période d'extinction nocturne

### LES ENSEIGNES

- Encadrer de façon plus ou moins stricte l'implantation des enseignes en fonction du contexte patrimonial et urbain
- Réguler la densité dans les zones d'activités commerciales en supprimant certains dispositifs au sol et sur clôture
- Encadrer les dispositifs lumineux et numériques
- Étendre la période d'extinction nocturne



Fontainebleau, le 11 janvier 2019

A l'attention de Mesdames et  
Messieurs les Maires des 26  
communes membres du pays de  
Fontainebleau

N/REF : VTP/PG/19-032  
Affaire suivie par : Valérie TANANT-PAQUEREAU  
Tel: 01 64 70 10 80  
Email : valerie.tanant-paquereau@pays-fontainebleau.fr

**Objet :** débat au sein des conseils municipaux sur les orientations du Règlement Local de  
Publicité Intercommunal 2 mois avant l'arrêt du projet par la CAPF

**Courrier en recommandé avec AR**

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de la procédure du Règlement Local de Publicité Intercommunal et conformément à l'article L.153-12 du code de l'urbanisme, je vous invite à débattre au sein de votre conseil municipal sur les orientations du RLPI que nous avons co-construit lors de nos différents ateliers techniques de la fin d'année 2018.

Ce débat peut être retranscrit sous forme de délibération du conseil municipal ou de simple compte-rendu. Il doit être organisé deux mois avant l'arrêt prévu en septembre 2019, soit avant le 20 mai 2019.

En l'absence de retour de votre part à cette date et selon l'article L.153-12 du code de l'urbanisme, le débat sera réputé tenu par la commune.

A cet effet je vous transmets le document présentant les orientations du RLPI que vous avez déjà reçu par voie électronique et un modèle de délibération et de compte-rendu (au choix).

Par ailleurs, je tenais à vous préciser que votre avis sera à nouveau sollicité à deux reprises :

- de manière facultative avant l'arrêt du projet pour que nous puissions en tenir compte en amont,
- de manière officielle sur la base du RLPI arrêté, avis qui devra être rendu impérativement dans un délai de 3 mois après l'arrêt de projet.

Je vous prie de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de mes sentiments les meilleurs.



  
Pascal GOUHOURY

Président de la communauté  
d'agglomération

Accusé de réception en préfecture  
077-200072346-20190221-2019-016-DE  
Date de télétransmission : 25/02/2019  
Date de réception préfecture : 25/02/2019