



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

*Communauté d'agglomération du
Pays de Fontainebleau*

1 – RAPPORT DE PRESENTATION

Arrêt

Vu pour être annexé
à la délibération n°.....
du 5 septembre 2019

Enquête publique

Vu pour être annexé
à la délibération n°.....
du.....

Approbation

Vu pour être annexé
à la délibération n°.....
du.....

<u>PREAMBULE</u>	4
CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE	4
POURQUOI ELABORER UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE A L'ECHELLE DU PAYS DE FONTAINEBLEAU ?	5
LE CONTENU D'UN RLPi	6
LES PRINCIPAUX DISPOSITIFS CONCERNES	6
<u>CONTEXTE TERRITORIAL</u>	8
DONNEES GENERALES	8
ECONOMIE	9
DEPLACEMENTS	9
PAYSAGE ET PATRIMOINE	11
<u>CADRE REGLEMENTAIRE</u>	14
LES PERIMETRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX	14
LE PERIMETRE D'AGGLOMERATION	14
LES PERIMETRES ENVIRONNEMENTAUX ET URBAINS REGLEMENTAIRES	16
LES PRINCIPALES REGLES NATIONALES S'APPLIQUANT SUR LE TERRITOIRE INTERCOMMUNAL	23
LES REGLEMENTS LOCAUX EXISTANTS SUR LE TERRITOIRE	23
<u>ETAT DES LIEUX DE L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE SUR LE TERRITOIRE</u>	24
METHODOLOGIE POUR LE RECENSEMENT	24
LES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES	24
TYPOLOGIE D'IMPLANTATION	27
FORMAT	28
LES DIFFERENTS TYPES D'ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE	31
ENSEIGNES DE CENTRE-VILLE / CENTRE-BOURG ET POLES DE PROXIMITE	32
LES ENSEIGNES DES ZONES D'ACTIVITE	33
LE LONG DES AXES STRUCTURANTS	34
<u>LES ENJEUX</u>	35
ORIENTATION N°1 CONFORTER L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE	39
EN PRESERVANT LES RICHESSES TOURISTIQUES	39
EN VEILLANT A LA PROMOTION TOURISTIQUE ET CULTURELLE DU TERRITOIRE	40
ORIENTATION N°2 VALORISER LES PAYSAGES PORTEURS DES IDENTITES LOCALES	41
EN TRAVAILLANT LA MISE EN SCENE PAYSAGERE DES PRINCIPALES ENTREES DE VILLES ET TRAVERSEES URBAINES DU TERRITOIRE	41
ORIENTATION N°3 PRESERVER LE CADRE DE VIE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE	42
VALORISER LE PAYSAGE DU QUOTIDIEN	42
LIMITER LES IMPACTS DE L'AFFICHAGE EXTERIEUR SUR L'ENVIRONNEMENT	42
ORIENTATION N°4 ASSURER LA VISIBILITE DES ACTIVITES ECONOMIQUES	43
ASSURER LA LISIBILITE ET LA QUALITE DES PAYSAGES COMMERCIAUX	43

ENCADRER L’AFFICHAGE TEMPORAIRE	43
MOTIFS DE DELIMITATION DU ZONAGE	45
CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE	47
PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES	47
ENSEIGNES	49

Préambule

Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	1 ^{er} juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

Mise en conformité des dispositifs avec la Réglementation Nationale de Publicité (décret du 30.01.2012, applicable depuis le 01.07.2012 :



- Suppression des pré-enseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et pré-enseignes installées avant le 01/07/2012



- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

A partir de l'entrée en vigueur du RLPI (approbation prévue en mars 2020), les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité de

- ✓ 6 ans pour les enseignes
- ✓ 2 ans pour les publicités et pré-enseignes

Pourquoi élaborer un Règlement Local de Publicité à l'échelle du Pays de Fontainebleau ?

Il existe aujourd'hui sur le territoire de la Communauté d'Agglomération du Pays de Fontainebleau (CAPF), plusieurs règlements locaux :

- Un RLPI sur les communes de Cély-en-Bière, Chailly-en-Bière, Perthes-en-Gâtinais et Saint-Sauveur-sur-Ecole, datant de 1989
- Un RLP sur la commune de Bourron-Marlotte, datant de 1993
- Un RLP sur la commune de Fontainebleau, datant de 2000
- Un RLP sur la commune d'Avon, datant de 2009

L'ensemble de ces documents étant antérieurs aux modifications législatives, deviendront caducs en juillet 2020.

L'élaboration du RLPI, prescrite par délibération le 19 décembre 2017, permet ainsi de conserver une réglementation locale de la publicité et d'aller au-delà en couvrant l'ensemble du territoire d'une réglementation cohérente et adaptée aux différents enjeux de l'intercommunalité.

L'élaboration de ce document vise en outre la préservation d'un paysage et d'un patrimoine hors du commun.

Le contenu d'un RLPi

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois documents :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- **Des annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Les principaux dispositifs concernés



Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

! Les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité.

Pré-enseigne dérogatoire : Certaines activités peuvent bénéficier de pré-enseignes dites « dérogatoires ». Il s'agit des entreprises locales de fabrication ou vente de produits du terroir, des activités culturelles, ainsi que des Monuments Historiques ouverts à la visite. Seules les pré-enseignes dérogatoires sont autorisées hors agglomération.

L'arrêté du 23 mars 2015 fixe des règles d'implantation et de format pour les pré-enseignes dérogatoires.



Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.

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

1

DIAGNOSTIC

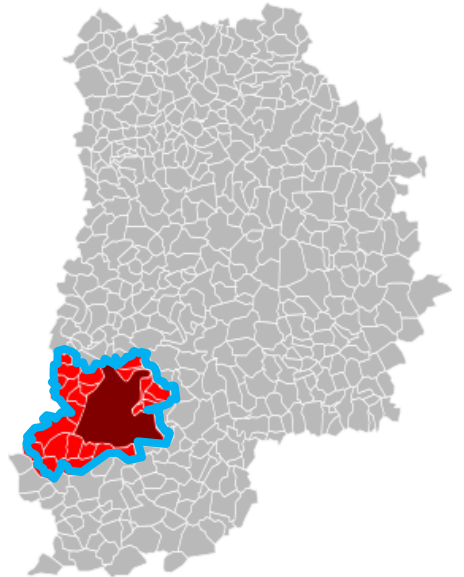


Contexte territorial

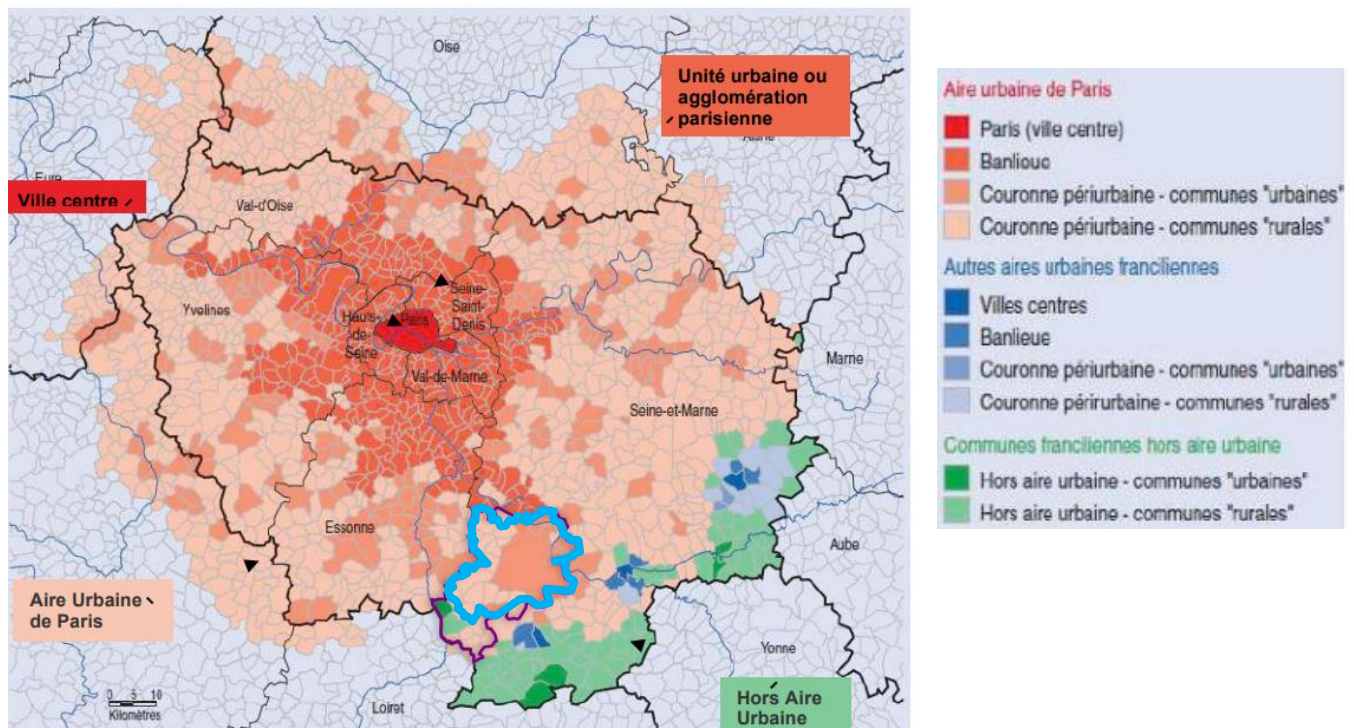
Données générales

Le territoire de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau se trouve dans le département de Seine-et-Marne, au sud de Melun. Créée en 2017, la communauté d'agglomération est issue de la fusion de la communauté de communes du Pays de Fontainebleau et de la communauté de communes entre Seine et Forêt, à laquelle se sont rattachées d'autres communes issues de différentes communautés de communes (Pays de Seine, Terres du Gâtinais, Pays de Bière).

Au total ce sont 26 communes qui forment la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau, regroupant 68 352 (population municipale 2019, INSEE 2016) habitants au sein de l'Établissement Public de Coopération intercommunale et un cœur urbain constitué de 2 communes de plus de 10 000 habitants chacune : Fontainebleau (14 907 hab) et Avon (14001 hab)



localisation dans le département de Seine-et-Marne



Du fait de son positionnement en limite de l'aire urbaine de Paris, le territoire bénéficie à la fois des avantages de la vie urbaine francilienne et de ses différents services, mais aussi des atouts paysagers et environnementaux des espaces à dominantes rurales qui le borde. Il est ainsi relié à des dynamiques diverses et complémentaires.

Economie

L'économie du territoire repose essentiellement sur le domaine tertiaire et plus précisément le secteur marchand, localisé en grande partie au niveau du pôle urbain composé des communes d'Avon et Fontainebleau.

Les communes de bords de Seine à l'est et du nord-est du territoire ont une tonalité artisanale davantage marquée que sur le reste de la communauté d'agglomération, tout en restant relativement marginale. Les communes de l'ouest et du sud sont plutôt orientées vers une note agricole.

L'agriculture du Pays de Fontainebleau est très largement tournée vers la culture céréalière, qui représente 64.3% des surfaces cultivées du SCoT en 2010. Elle est complétée par les champs d'oléagineux (15.4%), quelques maraîchers (3%), ainsi que par des terres en jachères. La culture des fruits et légumes est particulièrement présente au nord-ouest du territoire, sur les communes de l'ex communauté de communes du Pays-de-Bière.

Le pays de Fontainebleau est aussi un territoire d'exception à fort rayonnement touristique mondialement reconnu tant par son château, sa forêt, ses villages de peintre et de villégiatures. En effet, rien que la forêt de Fontainebleau attire chaque année plus de 10 millions de visiteurs quant au château sa fréquentation a atteint la barre des 500 000 visiteurs.

Cette organisation économique du territoire a de fortes influences sur son paysage et font de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau un territoire spécifique en ce sens, qui se démarque du reste de la périphérie parisienne.

Déplacements

Réseau routier

Le Pays de Fontainebleau est traversé à l'extrémité de sa partie occidentale, par l'autoroute A6, axe viaire majeur reliant Paris au sud-est de la France. Les échangeurs de Cély, de Saint-Germain-sur-Ecole et d'Ury permettent de la relier au territoire de la communauté d'agglomération. A l'est l'autoroute A5 passe à proximité de la communauté d'agglomération, sans la traverser.

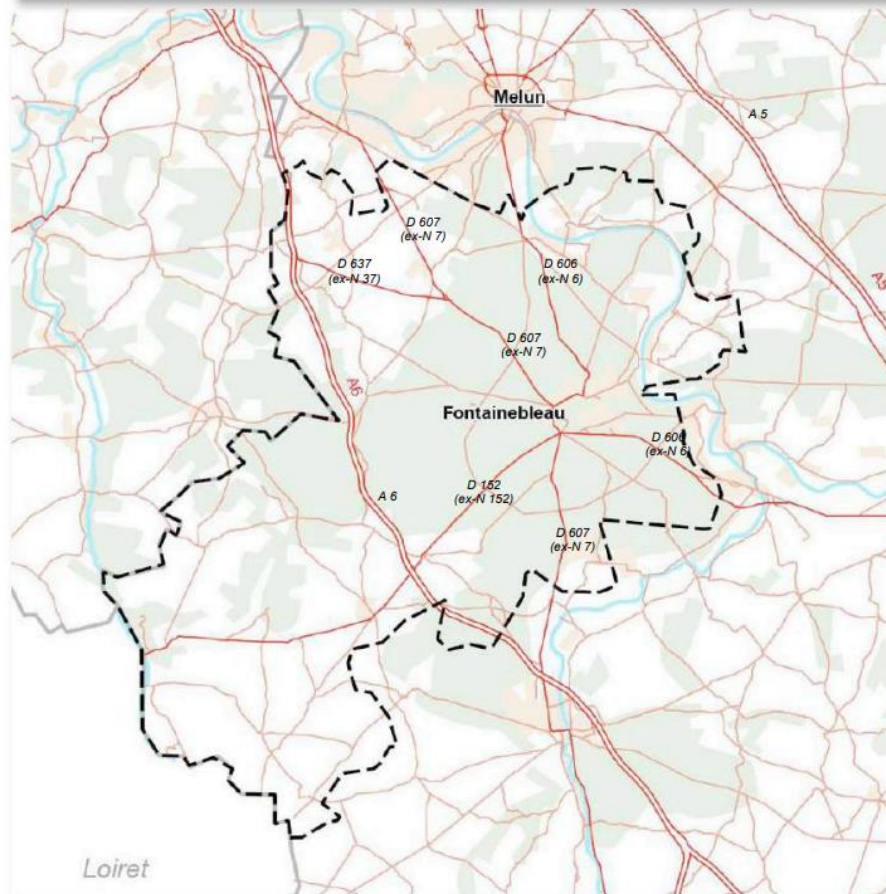
Le réseau routier à l'échelle du Pays de Fontainebleau est composé de trois routes départementales principales :

- La RD607 (ex RN7), en direction de Corbeil-Essones et Evry au nord, de Nemours au sud
- La RD606 (ex RN6), en direction de Melun au nord, de Sens à l'est
- La RD150, en direction d'Ury puis de Malesherbes à l'ouest

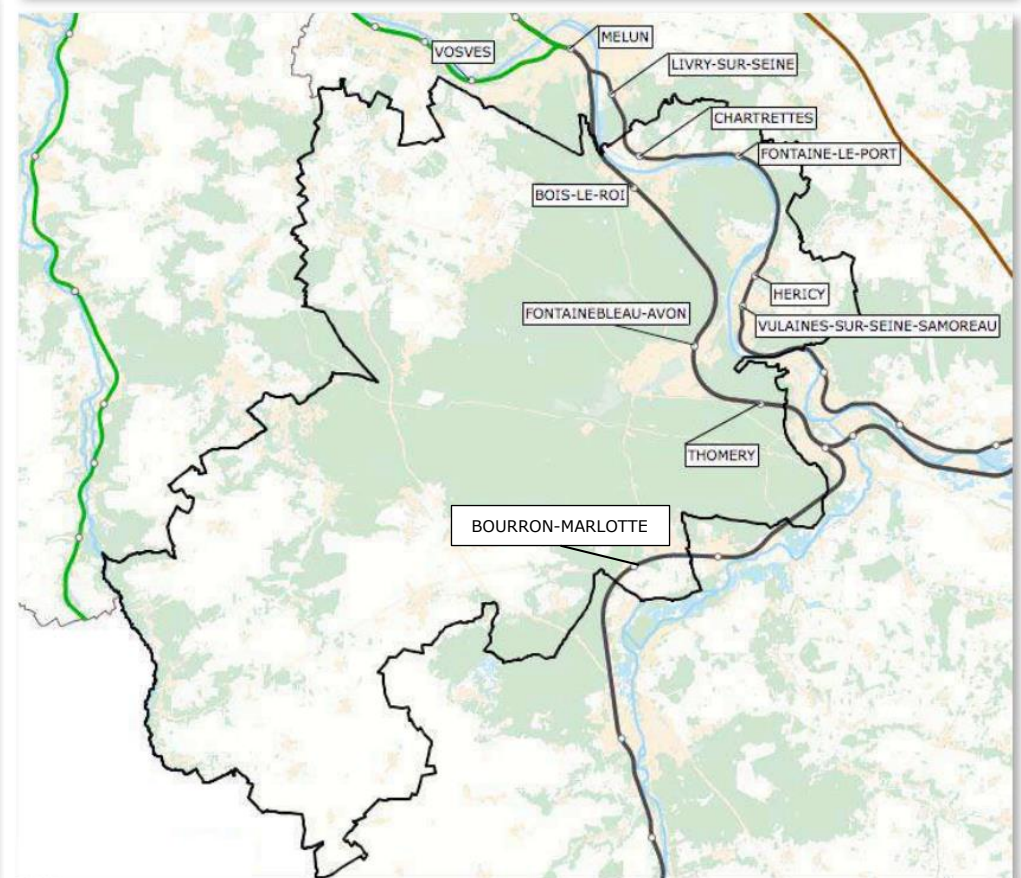
Réseau ferré

Seule la partie est du territoire est desservie par le réseau ferré, qui est cependant complétée par une offre de transport en commun, mis en place à l'échelle de la communauté d'agglomération sous la forme de plusieurs réseaux (bus et cars).

Le réseau routier principal
(Source : IAURIF)



Le réseau ferré
(Source : IAURIF)



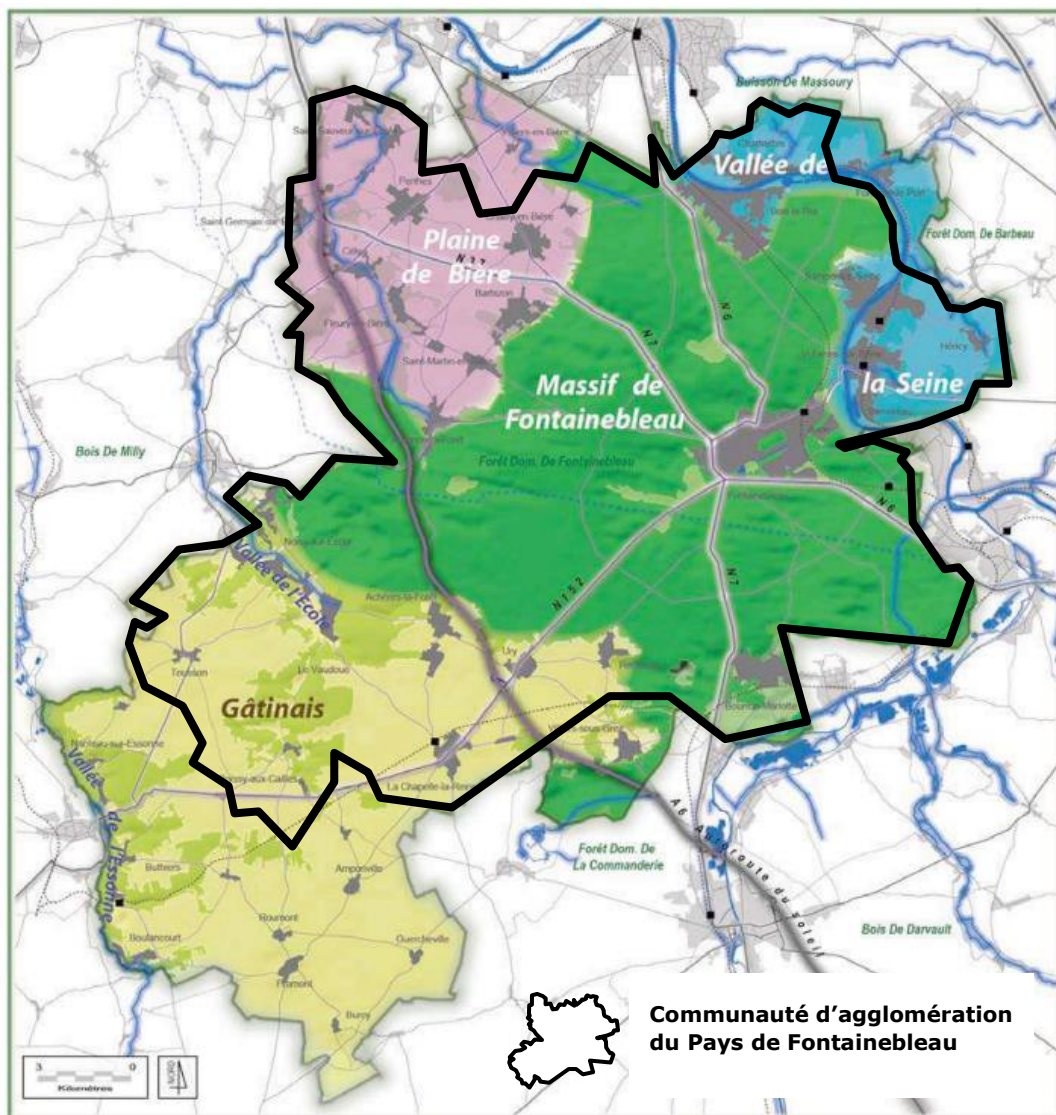
Source : SCoT du Pays de Fontainebleau

Paysage et patrimoine

Le territoire du Pays de Fontainebleau est riche d'une grande diversité paysagère, liée à la présence de différents motifs naturels : la forêt, l'eau, les plaines céréalières, ... mais aussi urbains et culturels (silhouette de village, monuments historiques, perspectives sacralisées par des peintres célèbres, ...).



Le SCoT du Pays de Fontainebleau y définit 4 entités paysagères : le gâtinais (Sud-Ouest), la plaine de Bière (Nord-Ouest), la vallée de la Seine (Nord-Est), le massif de Fontainebleau (centre).



Carte des entités paysagères du SMEP de Fontainebleau et de sa Région (réalisation : PROSCOT)

Source : SCoT du Pays de Fontainebleau

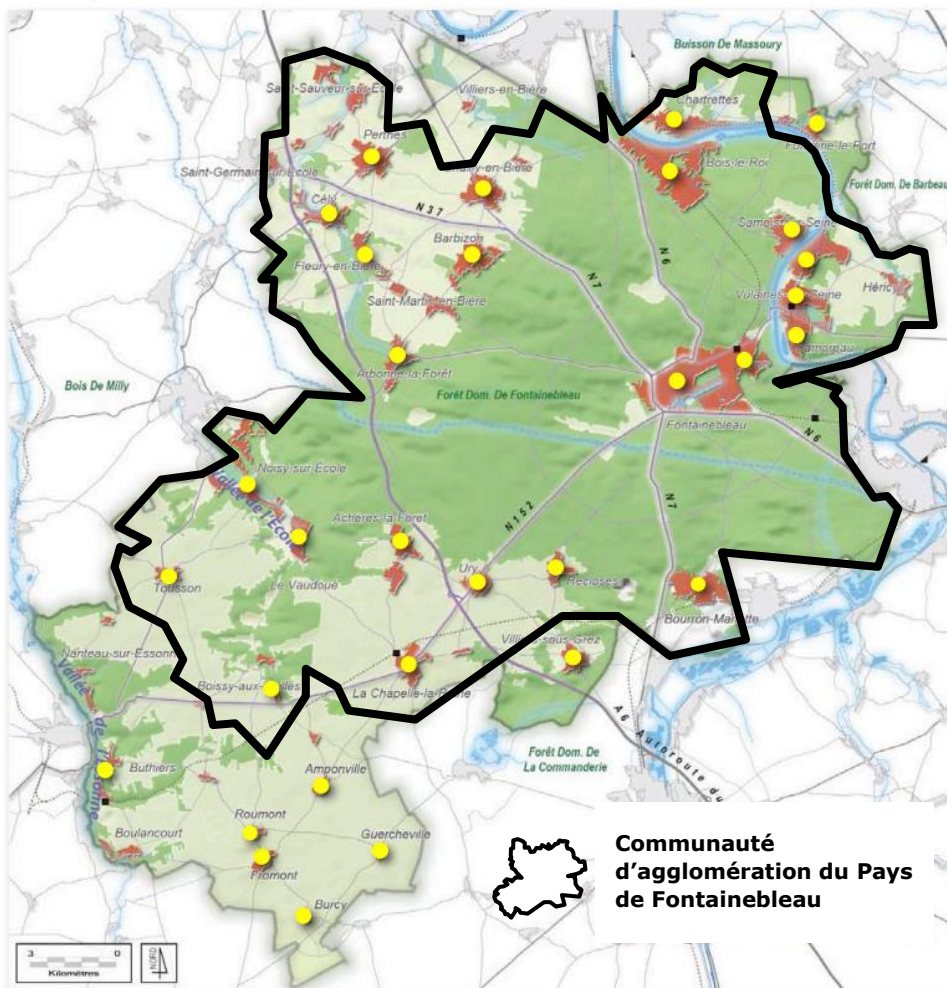
La topographie et ces typologies paysagères offre de nombreuses perspectives remarquables et agrémentent les routes en proposant aux voyageurs une image qualitative du territoire. Ces axes structurants parcouru par les habitants, comme par les touristes sont porteurs de l'identité du territoire, d'où l'importance du traitement de leurs abords.



Paysage de plaine agricole (Tousson) – Paysage de Forêt (Arbonne-la-Forêt)

Au-delà de la qualité des paysages de la communauté d'agglomération du Pays-de-Fontainebleau, un très riche patrimoine architectural est à souligner. Celui-ci joue un rôle important dans la construction de l'identité paysagère et apporte une véritable valeur ajoutée au cadre de vie.

Communes disposant d'au moins un monument classé au titre des Monuments Historiques (d'après données SDAP 77).



Source : SCoT du Pays de Fontainebleau

L'agglomération de Fontainebleau est en effet considérée dans le Schéma Directeur Régional d'Iles de France (SDRIF) comme un pôle de centralité ayant vocation à rayonner en matière patrimoniale et touristique. Ce rayonnement est lié essentiellement au château et à la forêt domaniale mais aussi aux nombreux bâtiments historiques inventoriés (42 sur Fontainebleau, 39 répartis sur les autres communes) et à la variété de ses paysages identifiés en sites inscrits et classés. Le pays de Fontainebleau est par conséquent un territoire exceptionnellement riche à plus d'un titre et dont les espaces remarquables sont fortement protégés.

Ses nombreux périmètres d'espaces protégés se superposent et couvrent pour ainsi dire l'ensemble de l'agglomération.

Sur les 26 communes, seules 2 n'ont pas de protection ni au titre du patrimoine, ni au titre du paysage ou de l'environnement. 3 communes possèdent un seul périmètre de protection (soit au titre des abords des monuments historiques, soit au titre des sites). 19 communes ont une double protection (abord et site). 2 communes sont en Site Patrimonial Remarquable (Barbizon et Bourron-Marlotte) et 2 autres projettent d'élaborer un SPR conjoint : Fontainebleau et Avon. Plus de la moitié du territoire, 16 communes, est compris dans le Parc Naturel Régional du Gâtinais.

Il est à noter aussi que la ville de Fontainebleau et l'association Fontainebleau mission patrimoine mondial ont déposé début 2018 un dossier de candidature pour une inscription sur la liste indicative du patrimoine mondial de l'UNESCO de la forêt de Fontainebleau en extension du château. Ce projet induit une exigence de qualité dans la production et le suivi des outils de gestion du territoire afin de garantir un équilibre entre mise en valeur du patrimoine et développement économique et touristique. L'élaboration du RLPi participe pleinement à la mise en place de tels outils.

Cadre réglementaire

Les périmètres urbains et environnementaux

Le périmètre d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis 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 le borde ».

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'Etat fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

L'adoption d'un RLPi impose la détermination des limites d'agglomération. Parmi les annexes que doit comporter un RLPi, l'article R.581-78 du Code de l'Environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées, ainsi que l'ensemble des arrêtés municipaux fixant la localisation des limites d'agglomération.

En dehors des périmètres agglomérés, l'implantation de publicités et pré-enseignes autres que dérogatoires est interdite.

Les enseignes sont autorisées en et hors agglomération.

NB : Un atlas des limites d'agglomération par commune est annexé au RLPi

Les enjeux liés aux limites d'agglomération :

36 dispositifs publicitaires ont été localisés hors agglomération lors du diagnostic, ce qui représente 14,4% de la totalité des publicités et pré-enseignes recensées.

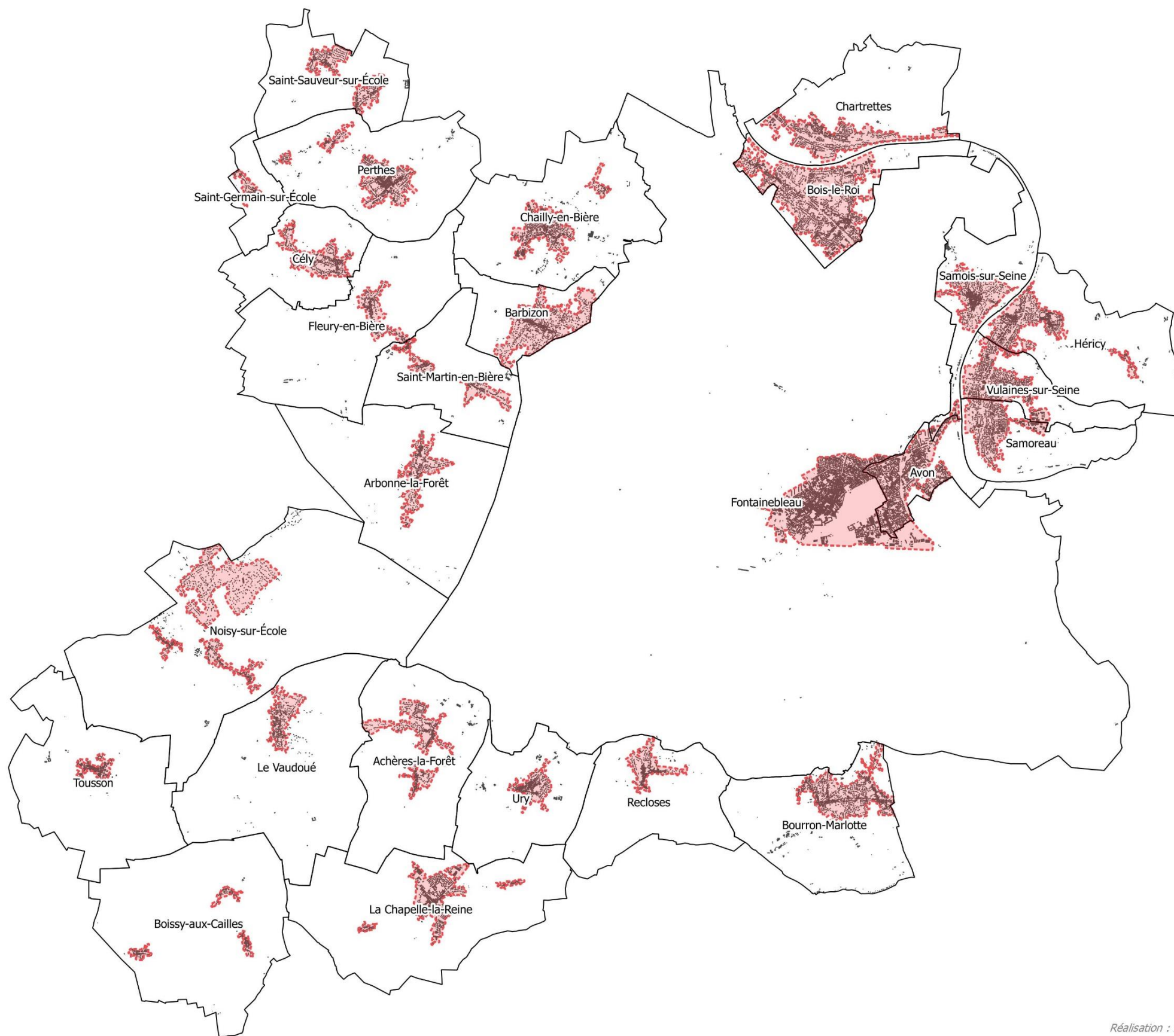


Pré-enseignes hors agglomération – Barbizon, Noisy-sur-Ecole

Ces pré-enseignes hors agglomération sont majoritairement implantés le long des principaux axes de traversée du territoire, afin de bénéficier d'un maximum de visibilité, mais au détriment de la qualité des abords des voies.

Limites d'agglomérations

RPLI de la Communauté d'agglomération de Pays de Fontainebleau



— Périmètres agglomérés
□ Communes CAPF

0 2 km

Les périmètres environnementaux et urbains règlementaires

Interdictions absolues

L'article L.581-4 du Code de l'Environnement interdit toute publicité :

- Sur les **immeubles classés ou inscrits** au titre des monuments historiques,
- Sur les monuments naturels et dans les **sites classés**,
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- Sur les **arbres**

Il est également interdit de procéder à l'abattage ou à l'élagage des arbres ou arbustes dans le but d'installer ou de rendre plus visible une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne (Conseil d'Etat n°209103 du 14 février 2001 publié au Rec. CE).



Château de Bourron-Marlotte

Interdictions relatives

L'article L.581-8 du Code de l'Environnement interdit, de façon relative (il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPi), toute publicité dans les périmètres suivants :

- **Aux abords des monuments historiques** mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine,
- Dans le **périmètre des sites patrimoniaux remarquables** mentionnés à l'article L.631-1 du Code du Patrimoine (ex ZPPAUP, AVAP, secteurs sauvegardés - SPR),
- Dans les **Parcs Naturels Régionaux**,
- Dans les **sites inscrits**,
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (**Natura 2000**).

Sur le territoire de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau, il s'agit de : (voir tableaux).

Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages, les publicités apposées au sol sont interdites (ex : Espaces Boisés Classés (EBC) et zones N (naturelles) et A (agricole) des PLU.

Il est aussi interdit d'apposer une publicité sur les panneaux routiers, mâts téléphoniques ou d'éclairage, les murs de cimetière et de jardin publics, les murs de soutènement d'infrastructures, etc...

Monuments historiques	
Dénomination	Commune
Eglise d'Achères	Achères-la-Forêt
Eglise d'Arbonne	Arbonne-la-Forêt
Église Saint-Pierre	Avon
Prieuré des Basses-Loges	Avon
Couvent des Carmes (Ancien)	Avon
Atelier du peintre Jean-François Millet	Barbizon
Auberge Ganne	Barbizon
Eglise Saint-Pierre	Bois-le-Roi
Eglise	Boissy-aux-Cailles
Eglise Saint-Sévère	Bourron-Marlotte
Château de Bourron	Bourron-Marlotte
Immeuble	Bourron-Marlotte
Moulin de Choiseau	Cély
Eglise Saint-Paul	Chailly-en-Bière
Auberge du Cheval Blanc	Chailly-en-Bière
Eglise Sainte-Geneviève	La Chapelle-la-Reine
Eglise	Chartrettes
Château	Fleury-en-Bière
Eglise	Fleury-en-Bière
Chapelle de l'ermitage de Franchard (restes)	Fontainebleau
Table du Grand Maître	Fontainebleau
Chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours	Fontainebleau
Abri sous roche	Fontainebleau
Domaine National de Fontainebleau	Fontainebleau
Table du Roi	Fontainebleau
Abri sous roche	Fontainebleau
Quartier du Carrousel	Fontainebleau
Hôtel de Londres	Fontainebleau
Prison (ancienne)	Fontainebleau
Hôtel du Maine (ancien)	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau

Immeuble	Fontainebleau
Hôtel d'Albret	Fontainebleau
Hôtel de la Prévôté	Fontainebleau
Garage	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Hôtel de Mademoiselle (ancien)	Fontainebleau
Hôtel de Pompadour (ancien)	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Hôpital	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Hôtel de la Galère (ancien)	Fontainebleau
Hôtel de Launay (ancien)	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Hôtel de la Surintendance des Bâtiments (ancien)	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Maison Pierrotet	Fontainebleau
Immeuble	Fontainebleau
Hôtel de Beauharnais (ancien)	Fontainebleau
Hôtel d'Orléans (ancien)	Fontainebleau
Théâtre municipal	Fontainebleau
Quatre bornes indicatrices	Fontainebleau
Hôtel de Ferrare (ancien)	Fontainebleau
Bâtiment de la Mission	Fontainebleau
Quartier Raoult	Fontainebleau
Eglise Saint-Louis	Fontainebleau
Eglise	Héricy
Chapelle du prieuré (ancienne)	Héricy
Deux abris sous roche ornés de gravures préhistoriques	Noisy-sur-École
Polissoir de la Pierre aux Prêtres	Noisy-sur-École
Abri sous roche et enceinte préhistorique	Noisy-sur-École
Eglise	Noisy-sur-École
Polissoir du Goulet	Noisy-sur-École
Eglise	Perthes
Eglise	Recloses

Abri orné	Recloses
Eglise	Samois-sur-Seine
Villa "Les Fontaines Dieu"	Samois-sur-Seine
Les Caves	Samois-sur-Seine
Eglise	Samoreau
Ferme du Bas Samoreau	Samoreau
Menhir de la Pierre aux Prêtres	Tousson
Menhir de la Croix Saint-Jacques	Tousson
Eglise	Ury
Ermitage de Fourche (restes)	Le Vaudoué
Maison de Mallarmé	Vulaines-sur-Seine

Soit 81 Monuments Historiques

Sites classés	
Dénomination	Commune
Forêt domaniale et bois de la Commanderie, forêt domaniale de Larchant, bois de la Justice et leurs abords	Communes multiples
Forêt domaniale de Fontainebleau	Communes multiples
Vallée de Boissy-aux-Cailles et ses contreforts	Boissy-aux-Cailles, Le Vaudoué
Le Rû de Rebais	Cély, Fleury-en-Bière, Saint-Martin-en-Bière

Sites inscrits	
Dénomination	Commune
Villages de Boissy-aux-Cailles, Noisy-sur-École et du Vaudoué - et leurs zones boisées environnantes	Boissy-aux-Cailles, Noisy-sur-École, Le Vaudoué
Îles aux Barbiers, de la Jonchère et du Berceau	Samois-sur-Seine
Quartiers anciens	Fontainebleau
Butte de Samoreau et île Saint-Aubin	Samoreau
Bois de la Commanderie, bois de la Justice et leurs abords	Communes multiples
Abords de la forêt de Fontainebleau	Communes multiples
Massif des Trois Pignons-centre - Domaine Forestier des Gros-Sablons dit Propriété Volland	Noisy-sur-Ecole, Le Vaudoué
Forêt des Trois Pignons - Immeubles bâtis ou non-bâtis, rochers, groupes de rochers, cavernes et plantations	Communes multiples
Domaine de la Rivière	Avon, Fontainebleau, Thomery

Soit 87% du territoire est protégé par des sites inscrits ou classés

Sites patrimoniaux remarquables	
Dénomination	Commune
Site patrimonial remarquable de Bourron-Marlotte	Bourron-Marlotte
Site patrimonial remarquable de Barbizon	Barbizon

+ futur SPR sur Fontainebleau et Avon

La notion de Site Patrimonial Remarquable (SPR) a été créée par la loi du 7 juillet 2016 dite LCAP. Il comprend les périmètres délimitant les villes, villages et quartiers à caractère patrimonial et les espaces contribuant à leur conservation ou leur mise en valeur.

Bien qu'encore au stade de projet, le futur SPR sur les communes d'Avon et Fontainebleau a été pris en compte dans l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal.

Natura 2000	
FR1110795 Massif de Fontainebleau : ZPS zone de Protection Spéciale issue de la directive Oiseaux	Communes multiples

Dont 2 ZSC Zones Spéciales de Conservation issues de la directive Habitats : FR1100795 : Massif de Fontainebleau, FR1100799 : et FR1102005: Rivières du Loing et du Lunain.

Parc Naturel Régional du Gâtinais Français	
Achères-la-Forêt	Le Vaudoué
Arbonne-la-Forêt	Perthes
Barbizon	Recloses
Boissy-aux-Cailles	Saint-Germain-sur-Ecole
Cély-en-Bière	Saint-Martin-Bière
Chailly-en-Bière	Saint-Sauveur-sur-Ecole
Fleury-en-Bière	Tousson
La Chapelle-la-Reine	Ury

16 communes faisant partie du PNR du Gâtinais Français

Les règles aux abords des routes et des autoroutes

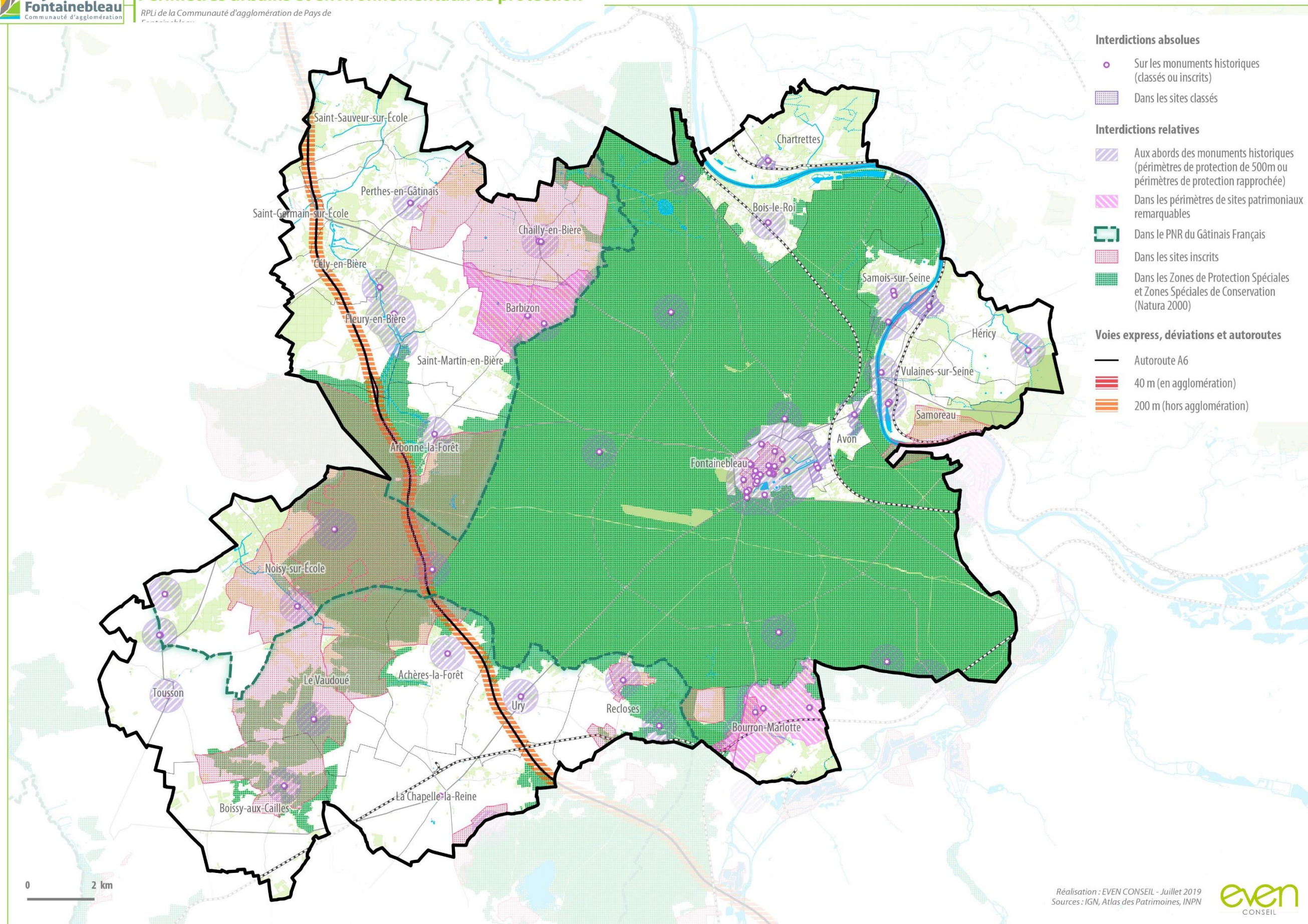
R 418-7 du Code de la Route : « la publicité et les enseignes publicitaires et pré enseignes visibles depuis les voies express, déviations et autoroutes » sont interdites dans une largeur de (à partir du bord de la route) :

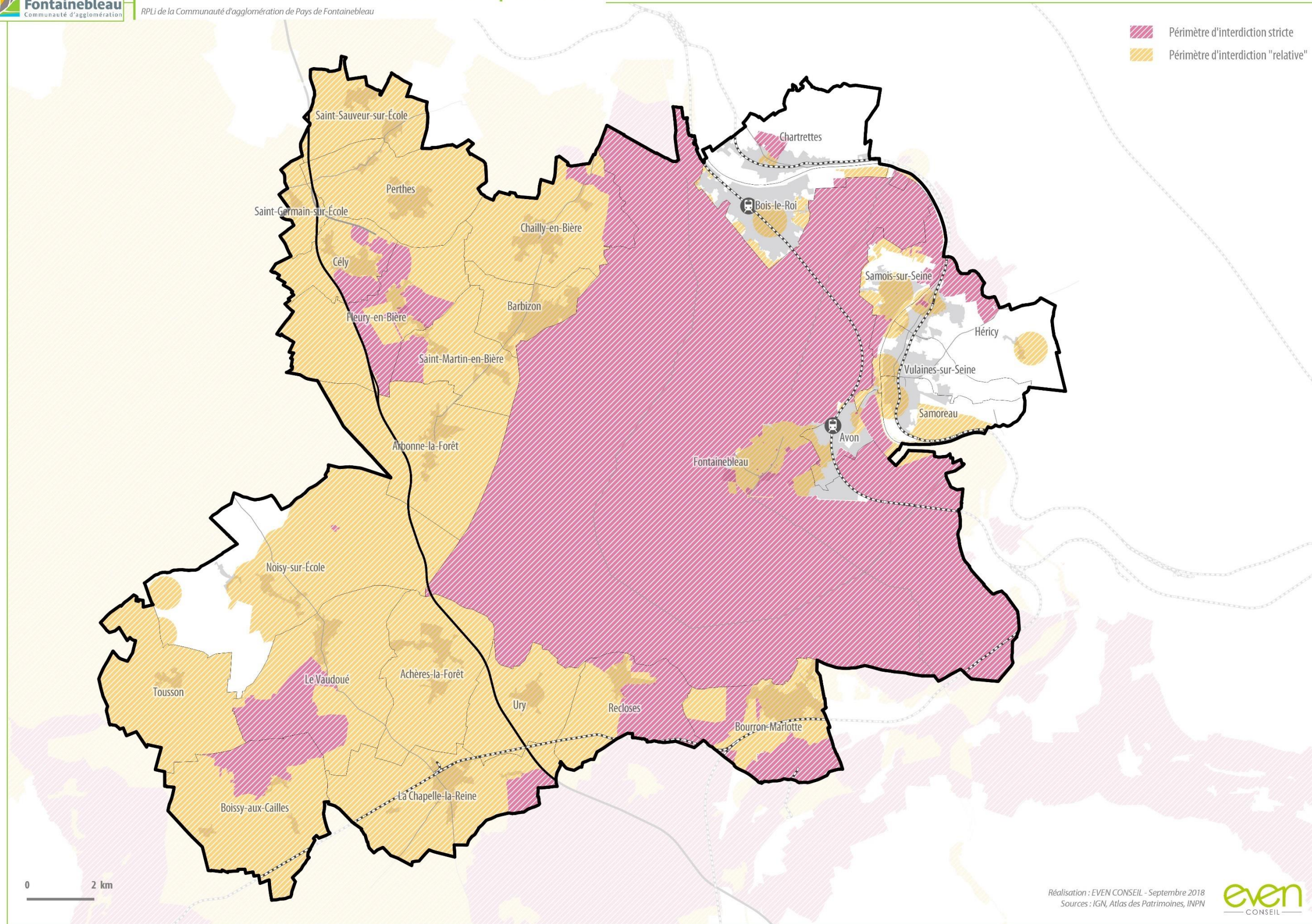
- > En agglomération : 40 m
- > Hors agglomération : 200m

R. 581-31 du Code de l'Environnement : « Dans les autres agglomérations (de plus de 10 000 hab.), ces dispositifs (publicités scellées au sol) sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. »

Périmètres urbains et environnementaux de protection

RPLI de la Communauté d'agglomération de Pays de Fontainebleau





Les principales règles nationales s'appliquant sur le territoire intercommunal

La RNP définit le seuil démographique de 10 000 habitants, qui détermine les règles applicables sur les différentes zones agglomérées du territoire. Les agglomérations en dessous du seuil doivent suivre une réglementation plus restrictive que les agglomérations comptant plus de 10 000 habitants.

	Agglomérations de plus de 10 000 habitants <i>Fontainebleau & Avon</i>	Agglomérations de moins de 10 000 habitants <i>Les autres communes de l'agglomération</i>
Publicité au sol	12m ² max	interdite
Publicité murale	12m ² max	4m ² max
Publicité numérique	8m ² max	interdite
Enseignes au sol	12m ² max	6m ² max

Tableau de synthèse des principales différences entre les deux types d'agglomération.

Les règlements locaux existants sur le territoire

Aujourd'hui, trois communes disposent de règlements locaux de publicité :

- **RLP d'Avon** – approuvé le 21 octobre 2009
- **RLP de Fontainebleau** – approuvé le 18 août 2000
- **RLP de Bourron-Marlotte** – approuvé le 29 décembre 1993

Il existe également un **RLPi, datant de 1986** couvrant quatre communes : Cély-en-Bière, Chailly-en-Bière, Perthes-en-Gâtinais et Saint-Sauveur-sur-Ecole.

Ces documents sont tous antérieurs à la réglementation nationale de 2012 actuellement en vigueur et seront donc caducs à l'horizon 2020.

L'analyse de ces différents RLP(i) a mis en évidence assez peu de convergences, aussi bien au niveau du plan de zonage que dans le règlement. Ils possèdent cependant comme point commun une volonté stricte de réglementer l'affichage extérieur, qu'il s'agisse des publicités et pré-enseignes comme des enseignes. De ce fait, peu de dispositions de ces règlements de première génération se retrouvent en contradiction avec l'actuelle réglementation nationale.

Etat des lieux de l'affichage publicitaire sur le territoire

Méthodologie pour le recensement

Un recensement non exhaustif des publicités et pré-enseignes a été réalisé, le long d'axes définis en amont à l'été 2018 par le bureau d'étude d'ingénierie géomatique SOGEFI.

SOGEFI a effectué un relevé vidéo du territoire, qui a permis la réalisation d'une cartographie des dispositifs, ainsi que de fiches relatives à chaque dispositif inventorié, suivant l'exemple ci-contre. Ainsi sont détaillés pour chaque dispositif : sa localisation, le type de pose, ses dimensions et s'il est conforme ou non à la réglementation nationale. CE format de fiche n'est disponible que sur la plateforme internet de SOGEFI. Toutes ces informations sont également rassemblées sous format SIG.

Pré-enseigne



RESTAURANT O RUIVAES

2 Avenue de Fontainebleau 77760 LA CHAPELLE-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

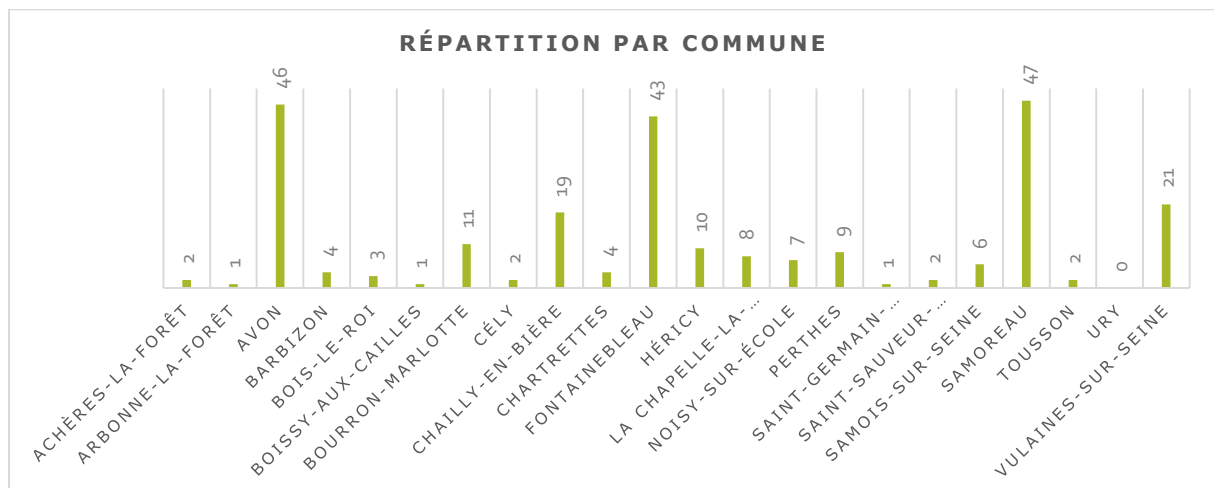
Surface totale = 1,75 m x 1,20 m = 2,10 m²

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

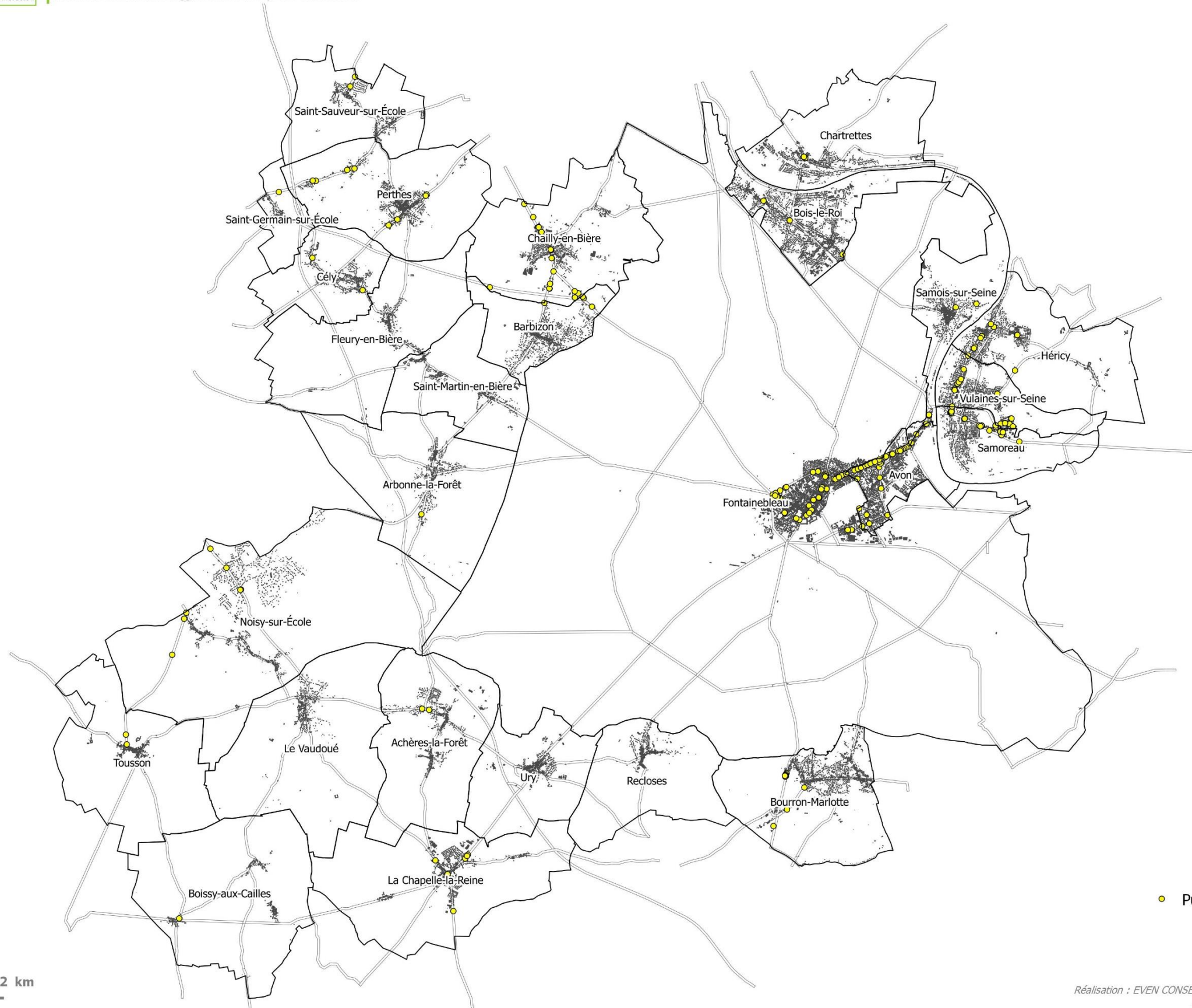
Les publicités et pré-enseignes

Les publicités et pré-enseignes sont majoritairement présentes sur les communes de **Samoreau** (47 dispositifs recensés), **Avon** (46 dispositifs recensés) et **Fontainebleau** (43 dispositifs recensés).



Localisation des publicités et pré-enseignes

RPLI de la Communauté d'agglomération de Pays de Fontainebleau

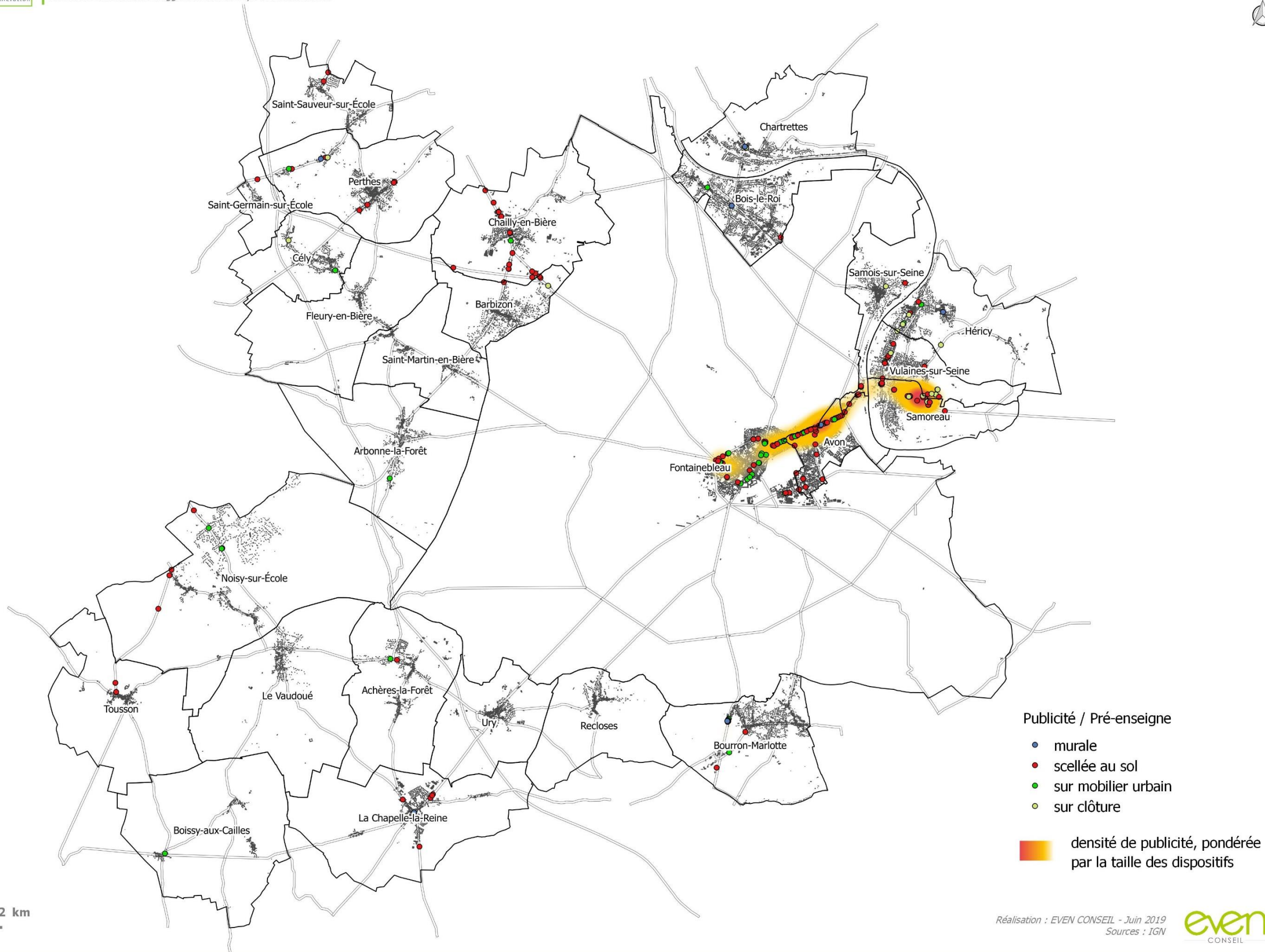


● Publicités et pré-enseignes

0 2 km

Typologie et densité des publicités et pré-enseignes

RPLI de la Communauté d'agglomération de Pays de Fontainebleau



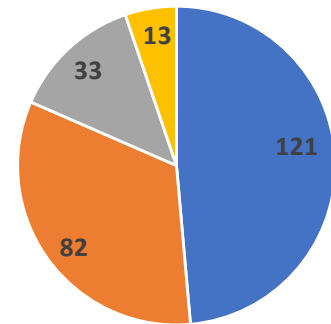
Typologie d'implantation

Presque 50% des publicités et pré-enseignes sont installées sur du **mobilier urbain** : 121 dispositifs sur un total de 249 publicités et pré-enseignes recensées (48,6%).

Typologie de support des publicités et préenseignes - 249 dispositifs



Publicités sur mobilier urbain



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

On dénombre 82 dispositifs scellés ou posés au sol hors mobilier urbain, soit 33% des publicités et pré-enseignes recensées, 33 sont installées sur clôture et 13 au mur.



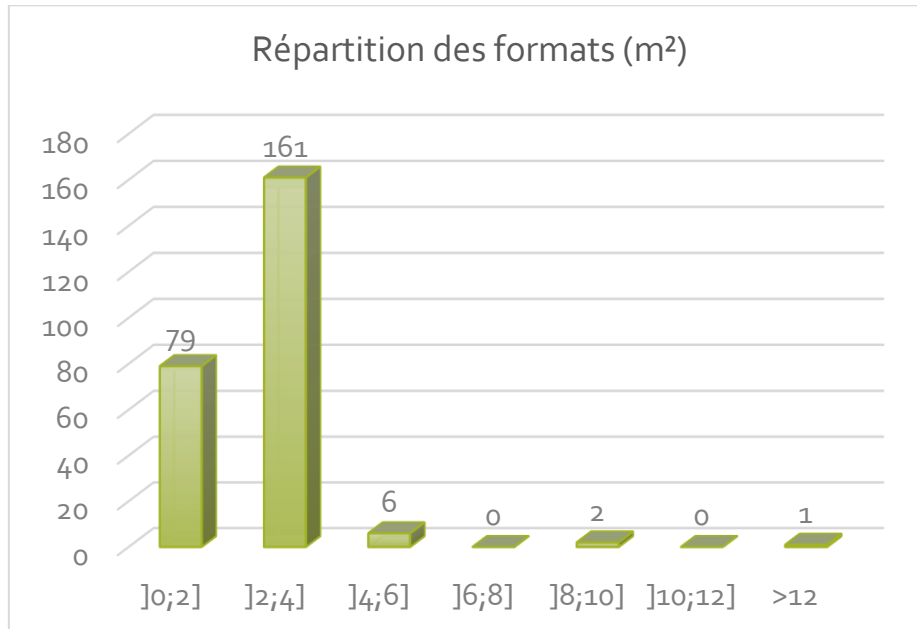
Publicités et pré-enseignes scellées ou posées au sol



Publicités et pré-enseignes au mur, sur mur de clôture, sur clôture non aveugle

Format

Les publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire sont principalement de petit format ; les dispositifs inférieurs à 4m² représente 96% de la totalité des publicités et pré-enseignes installées sur le territoire.



Dans l'ensemble, la présence de publicité sur le territoire de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau est assez peu impactante : elle est de petit format et majoritairement installée sur du mobilier urbain. Ces caractéristiques permettent au Pays de Fontainebleau de ne pas voir son cadre de vie dégradé par la présence de publicité, le but du RLPi sera donc d'améliorer un existant de grande qualité.

Malgré cette présence discrète, un grand nombre de dispositifs ne sont pas conformes à la réglementation nationale, principalement du fait de leur installation au sol dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants, voire même hors agglomération.



Ces dispositifs sont d'ailleurs les plus impactants dans le paysage de la communauté d'agglomération, car complètement déconnecté du contexte dans lequel ils s'implantent.

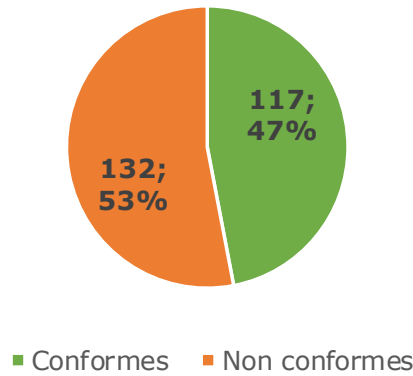
Les communes du Parc Naturel Régional ne sont pas préservées de ce phénomène. La présence de publicité en leur sein constitue d'ailleurs la troisième raison de non-conformité des dispositifs présents sur le territoire à la réglementation nationale.

Non-conformité	Nombre de dispositifs concernés	Niveau de responsabilité dans le taux de non-conformité RNP
Au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants	71	33%
Hors agglomération	45	21%
Périmètre PNR	45	21%
Non-respect de la parité sur mobilier urbain	17	8%
Mur/ Clôture non aveugle	16	8%
Publicité murale apposée à moins de 0,50m du sol	8	4%
Support interdit	3	1%
Format supérieur à 4m ²	2	1%
Non-respect de la règle de prospect	2	1%
Préenseignes dérogatoires hors format	2	1%
Format supérieur à 12m ²	1	1%
Publicité au sol à plus de 6m du sol	1	0%
Périmètre d'interdiction absolue	1	0%

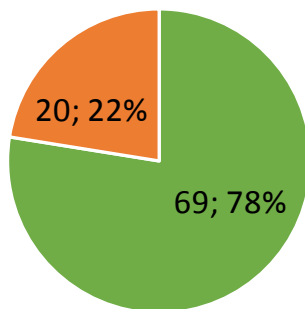
Tableau des raisons de non-conformité à la Règlementation Nationale

Les dispositifs présents sur le territoire de la CAPF présentent un taux de conformité à la réglementation nationale inférieur à 50%.

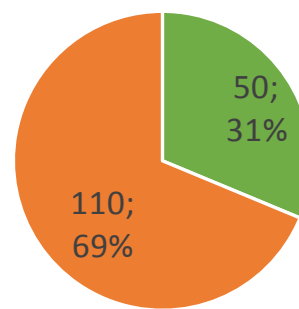
Conformité RNP des dispositifs



Ce faible résultat est principalement lié au non-respect des règles nationales concernant les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ainsi que les règles hors agglomération ou au sein de périmètres protégés. On voit ainsi une nette différence de taux de conformité entre le pôle urbain (78% de conformité à la réglementation nationale) et les autres communes de l'agglomération (31%).

Conformité RNP - Fontainebleau & Avon
49 dispositifs













■ Conformes ■ Non conformes

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

■ Conformes ■ Non conformes

Analyse des enseignes

Les différents types d'enseignes sur le territoire

 <p>Parallèle à la façade : en bandeau avec panneau de fond</p>	 <p>Parallèle à la façade : en lettre découpée</p>	 <p>En adhésif sur vitrine</p>
 <p>Perpendiculaire à la façade</p>	 <p>Sur store</p>	 <p>Au sol</p>
 <p>Au sol : Totem</p>	 <p>Au sol : Drapeau</p>	 <p>Au sol : Chevalet</p>
 <p>Au sol : Oriflamme</p>	 <p>En toiture</p>	 <p>Sur clôture (ici grillages)</p>

Les typologies d'implantation des enseignes sont largement liées au contexte dans lequel l'activité est implantée. Les enseignes sur store ou perpendiculaires se retrouvent majoritairement dans les zones de commerces de proximité (centres, pôles de commerces), alors que les enseignes au sol ou sur toitures sont davantage développées au sein des zones d'activité.

Enseignes de centre-ville / centre-bourg et pôles de proximité

Au sein de ces secteurs, les enseignes sont principalement implantées en façade. Les devantures commerciales se composent très régulièrement d'une enseigne en bandeau et d'une enseigne perpendiculaire, parfois accompagnées d'inscriptions sur store ou en vitrophanie.

La qualité de réalisation est variable selon les commerces et les communes.



Barbizon



Bois-le-Roi

La ville de Fontainebleau, constituant avec Avon, le pôle urbain du territoire dispose d'un centre-ville animé, riche d'une grande diversité de commerces et de services.

Les activités qui y sont installées offrent globalement une belle esthétique d'enseignes, à laquelle la charte de qualité des enseignes et devantures a dû contribuer. L'encadrement de l'implantation des enseignes permet ainsi la constitution de perspectives urbaines de qualité, venant s'ajouter à la qualité de traitement de l'espace public et contribuant à la qualité de l'espace public.



Malgré tout, quelques implantations et emplois de matériaux restent à revoir.

Les centres-villes/centres-bourg se distinguent des pôles de proximité soit par la densité d'activité, soit par le contexte urbain (patrimonial dans les zones centres).

Les enseignes des zones d'activité

Deux catégories peuvent se distinguer au sein des zones d'activités : les zones d'activités à dominante commerciale, qui sont particulièrement expressives : de nombreuses formes d'enseignes y sont développées, souvent avec de grands formats, créant parfois des effets de surdensité d'information, ce qui nuit non seulement à la qualité du paysage commercial, mais également à la lisibilité des activités.

Étant peu nombreuses et de taille relativement réduite, les zones d'activité ont un faible impact sur le paysage général de la communauté d'agglomération. Les plus grosses zones d'activités commerciales se retrouvent sur les communes d'Avon, Samoreau et Vulaines.

Les zones d'activité artisanales, logistiques ou industrielles sont plus discrètes. Le nombre d'enseignes par activité y est restreint et celles-ci sont majoritairement implantées en façade.



Zone d'activité commerciale



Zone d'activité artisanale

Au sein des zones d'activité commerciales, les enseignes au sol sont particulièrement nombreuses. Elles sont parfois la cause de non-conformité à la réglementation nationale, qui les limite à une par voie bordant l'activité.

Ces aussi principalement à l'intérieur de ces zones que sont employés des dispositifs type drapeaux ou bâche.



Enfin la présence d'enseigne en toiture de certaines activités peut également être source de non-conformité à la réglementation nationale. Une des règles concernant l'implantation d'enseignes en toiture étant qu'elles doivent être réalisées en lettres ou signes découpés (sans panneau de fond).

Le long des axes structurants

Du fait des différents contextes urbains qu'ils parcourent les typologies et qualité d'enseignes sont variables le long des principaux axes du territoire. On y trouve en effet, à la fois des petits commerces, comme de grandes structures.



RD210 Avon



RD607 Chailly et Barbizon

Certains de ces axes structurants sont aussi des voies touristiques d'accès aux sites emblématiques du territoire (Château et Forêt de Fontainebleau, Villages de Barbizon et Bourron-Marlotte). Le traitement des dispositifs d'affichage, publicité, pré-enseignes et enseigne relève d'une importance particulière, puisque ces routes sont des vecteurs directs de l'identité du territoire.

Les enjeux

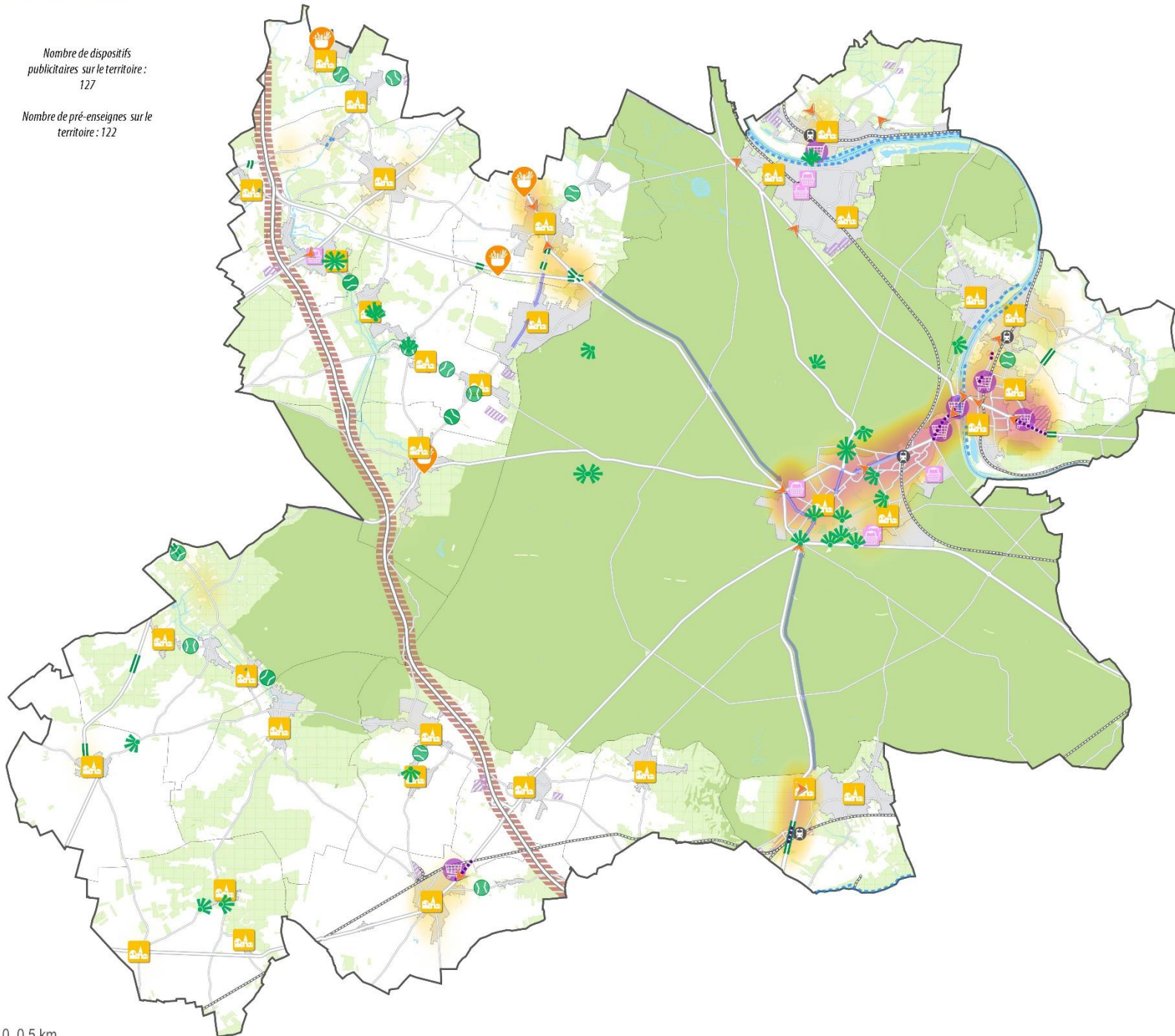
- ❖ Préservation du cadre de vie
- ❖ Préservation des espaces de nature et secteurs patrimoniaux
- ❖ Prise en compte du caractère à dominante rurale du territoire
- ❖ Valorisation du bâti ancien et des ensembles urbains traditionnels
- ❖ Préservation et valorisation du commerce de proximité
- ❖ Visibilité de l'ensemble des acteurs économiques du territoire
- ❖ Lisibilité des zones d'activité et qualité du paysage commercial

v



Nombre de dispositifs publicitaires sur le territoire : 127

Nombre de pré-enseignes sur le territoire : 122

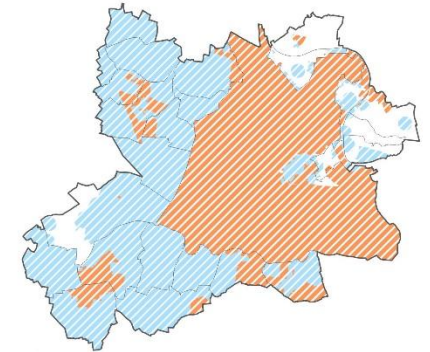


L'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrées et traversées urbaines :

- 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
- Produit du terroir

La visibilité des acteurs économiques locaux :

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

2

ORIENTATIONS & OBJECTIFS



L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau s'inscrit dans les objectifs définis dans la délibération de prescription du 13 décembre 2017, résumés comme suit :

- Adapter la réglementation existante sur le territoire aux évolutions législatives, urbaines, mais aussi à l'évolution de la société et des usages.
- Ajuster la réglementation nationale aux spécificités du territoire, notamment aux forts enjeux patrimoniaux.
- Limiter la pollution visuelle potentiellement engendrée par les dispositifs de publicité extérieure.
- Travailler l'esthétisme et l'intégration des enseignes
- Garantir l'efficacité d'application de la réglementation sur les publicités extérieures, par un traitement local de la question, et ainsi faciliter le transfert du pouvoir de police aux maires.

Les orientations et objectifs établis dans le Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté d'agglomération du Pays de Fontainebleau ont été définis en étroite collaboration avec l'ensemble des acteurs du territoire.

Ainsi, quatre orientations ont émergé pour la constitution du RLP :

Orientation n°1 : Conforter l'attractivité du territoire

Orientation n°2 : Valoriser les paysages porteurs des identités locales

Orientation n°3 : Préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire

Orientation n°4 : Assurer la lisibilité des activités économiques et culturelles

Ces orientations, déclinées en objectifs, expriment les réponses concrètes de la communauté d'agglomération aux enjeux rencontrés sur son territoire.

Orientation n°1 | Conforter l'attractivité du territoire

En préservant les richesses touristiques

Le territoire du Pays de Fontainebleau est riche de multiples atouts naturels, patrimoniaux et paysagers, au fondement de son identité et de la qualité de son cadre de vie.

Au centre de l'agglomération, le château de Fontainebleau, constitue avec la Forêt, l'élément d'attraction principal du territoire et bénéficie d'ailleurs de la reconnaissance et de la protection de l'UNESCO.

- > **Porter une attention particulière aux voies d'accès aux sites emblématiques du territoire**

Avec le château de Fontainebleau, les bourgs de Barbizon et de Bourron-Marlotte constituent les principaux sites emblématiques du territoire. Protégés par le classement en « sites patrimoniaux remarquables », ils bénéficient d'une interdiction relative de la publicité. Il semble néanmoins nécessaire d'encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires le long des axes menant à ces sites particulièrement touristiques, car ce sont les premiers vecteurs de l'identité du territoire.

- > **S'adapter au contexte rural des communes du PNR**

Le paysage rural des communes du Parc Naturel Régional porte également une part de l'identité du territoire du Pays de Fontainebleau, que l'on soit sur une dominance agricole ou forestière. Ce sont des espaces préservés, notamment du fait de la présence du PNR, impacté néanmoins par quelques implantations illégales de publicité et pré-enseignes.

Afin de préserver l'identité de ces communes et d'assurer une conservation optimale de leur paysage, le RLPi ne devra pas revenir sur l'interdiction relative de la publicité au sein de ces communes ou de manière très marginale, pour les dispositifs permettant de dynamiser la vie locale (ex : pré-enseignes temporaires).

Les activités commerciales sont moins présentes dans cette partie du territoire et souffrent parfois d'un manque de visibilité. Le RLPi encadrera l'implantation des enseignes, dans un esprit de valorisation du bâti et des cœurs de bourgs, tout en veillant à garantir la visibilité des acteurs économiques locaux.

- > **Préserver les espaces de nature et de promenade**

Les bords de Seine, les principaux parcs, espaces verts, espaces patrimoniaux, compris en agglomération, mais aussi les coupures vertes doivent être protégées de toute pollution visuelle liée aux dispositifs d'affichage extérieur.

En veillant à la promotion touristique et culturelle du territoire

> Communiquer sur les richesses du territoire

Via la mise en place d'un système signalétique respectueux de l'environnement. La production et la vente de produits du terroir, les Monuments Historiques ouverts à la visite, ainsi que certaines activités culturelles peuvent bénéficier de la mise en place de pré-enseignes dites dérogoires hors agglomération.

Pour les activités installées hors agglomération qui ne sont pas concernées par cette dérogation, le développement d'un système harmonisé de Signalétique d'Information Locale (SIL) permettra de faciliter l'accès aux activités locales.

NB : la SIL n'est pas règlementé par le RLPi, mais doit faire l'objet d'une autre étude.

En parallèle, la suppression des pré-enseignes non dérogoires installées illégalement hors agglomération doit être traitée en priorité.

> S'assurer de la bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle

En laissant la possibilité d'installer de façon encadrer des dispositifs temporaires (enseignes et pré-enseignes), voire en définissant des emplacements dédiés à ce type de dispositifs.

Bien qu'il ne les réglemente pas, l'élaboration du RLPi est aussi l'occasion de faire le point sur les surfaces et répartition d'affichage libre des communes et de palier aux manques éventuels le cas échéant.

Orientation n°2 | Valoriser les paysages porteurs des identités locales

En travaillant la mise en scène paysagère des principales entrées de villes et traversées urbaines du territoire

- > **Limiter l'impact des dispositifs d'affichage d'extérieur le long des axes structurant**

Par la maîtrise de l'emprise visuelle (format et nombre), mais aussi par des mesures permettant une intégration optimale des dispositifs dans leur environnement. Il s'agira de trouver l'équilibre entre préservation des traversées, qui sont des vitrines du territoire, et expression des acteurs économiques sur ces secteurs de forte fréquentation.

- > **Par la mise ne valeur des éléments de patrimoine, remarquables comme ordinaires**

Avec un traitement particulier des secteurs patrimoniaux, en limitant au maximum la publicité en leur sein, tout en prenant en compte le contexte économique des différentes zones concernées et en encadrant l'implantation des enseignes, de façon particulièrement stricte au sein des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), afin de s'adapter aux enjeux de préservation et valorisation du cadre bâti.

Au-delà des secteurs patrimoniaux protégés, l'ensemble des cœurs de bourgs et centre-ville doivent faire l'objet d'une réglementation spécifique de mise en valeur de l'espace public. Ces secteurs sont en effet des espaces de vie des communes, de rencontre et d'échange, qui participent à la fois à l'identité du territoire et à la qualité du cadre de vie. La publicité doit y être présente de façon marginale et intégrée. L'implantation des enseignes doit être encadrée dans un objectif de valorisation du commerce de proximité.

Orientation n°3 | Préserver le cadre de vie sur l'ensemble du territoire

Valoriser le paysage du quotidien

> S'adapter au contexte résidentiel

Dans les quartiers résidentiels, l'objectif est d'adapter les dispositifs de communication visuelle au contexte urbain dédié à l'habitat et qui n'a donc pas de vocation économique.

> Des dispositifs qualitatifs et bien intégrés

Sur l'ensemble du territoire, le RLPi doit exiger qualité et durabilité du matériel constituant les enseignes, publicités et pré-enseignes.

Limiter les impacts de l'affichage extérieur sur l'environnement

> Le traitement des dispositifs lumineux

Afin de limiter la pollution lumineuse engendrée par l'affichage extérieur, la plage horaire d'extinction nocturne des dispositifs de la RNP sera étendue, en comprenant l'ensemble des dispositifs, y compris la publicité lumineuse sur les mobiliers urbains autres que les abris-bus.

Dans un double objectif de protection du cadre de vie, vis-à-vis de ces dispositifs particulièrement impactants et de limitation des dépenses énergétiques, les dispositifs numériques ne pourront être autorisés que très marginalement.

Le Pays de Fontainebleau souhaite ainsi s'inscrire dans une gestion plus sobre de l'éclairage tant pour les dispositifs lumineux que numériques dont l'implantation est limitée à la zone commerciale animée de Valvin à Avon. Cette recherche de sobriété est en lien avec le Plan Climat-Air-Energie qu'elle est en train d'élaborer.

Orientation n°4 | Assurer la visibilité des activités économiques

Assurer la lisibilité et la qualité des paysages commerciaux

> Améliorer le paysage des zones d'activité

Afin d'éviter la saturation des zones d'activité en termes d'affichage, le RLPi devra encadrer la densité, les formats et la nature des dispositifs autorisés au sein des zones d'activité. En effet la multiplication des dispositifs, qui se cumulent entre eux provoquent des effets de surdensité qui, au-delà de la dégradation du paysage commerciale, nuisent à la lisibilité des entreprises. En ce sens, le RLPi devra par exemple encourager la mutualisation des enseignes pour des activités situées sur une même unité foncière.

Le RLPi permettra une réglementation des enseignes cohérente de l'ensemble des zones d'activité installées sur le territoire de la CAPF.

Encadrer l'affichage temporaire

En toute zone, limiter l'impact visuel généré par l'affichage temporaire, tout en valorisant le message porté par ces dispositifs. Visibilité accrue par la suppression de la surdensité d'information.

3

JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS



Motifs de délimitation du zonage

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux sur le territoire du Pays de Fontainebleau : les bourgs patrimoniaux, les espaces de nature et les cônes de vue, les zones d'activité, ainsi que les principales voies touristiques.

Chacun de ces secteurs a des problématiques d'affichage propre.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, cinq zones de publicité ont été définies, dont certaines sont ensuite divisées en sous-secteurs. Pour chacune de ces zones de publicité (ZP), des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLP prévoit également des dispositions communes à l'ensemble de ces zones.

ZP0 : espaces naturels, paysagers et patrimoniaux

La ZP0 concerne l'ensemble du territoire hors agglomération, ainsi que certains périmètres paysagers et/ou patrimoniaux au sein des secteurs agglomérés. Le but de cette zone est d'offrir une protection maximale à ces secteurs sensibles, vis-à-vis des dispositifs d'affichage extérieur.

La ZP0 couvre certaines zones d'activité situées hors agglomération, cependant, la réglementation des enseignes y sera adaptée et suivra la celle de la ZP3.

ZP1a : Centralités commerçantes patrimoniales

Au sein de cette zone sont regroupées les cœurs des communes de Fontainebleau, Avon, Barbizon et Bourron-Marlotte, qui sont concernées par la présence d'un Site Patrimonial Remarquable (en cours d'élaboration sur Fontainebleau et Avon), ainsi que le centre-bourg de Chartrettes. La réglementation de l'affichage est encadrée strictement afin de répondre à un objectif non seulement de préservation du paysage urbain patrimonial de ces communes, mais plus encore de sa mise en valeur.

La délimitation de ces zones croise le périmètre des espaces de protection du patrimoine, avec les autres enjeux relevés sur le territoire, le contexte urbain et la typologie des enseignes existantes.

ZP1b : Centres-bourgs et pôles de proximité

La ZP1b concerne les centres-bourgs des communes de Bords de Seine, excepté Chartrettes : Bois-le-Roi, Héricy, Samois-sur-Seine, Vulaines-sur-Seine et Samoreau, ainsi que le centre-commercial de la Butte-Monceau, le quartier de la Gare et les quartiers nord des Fougères et des Terrasses à Avon.

Ce zonage offre davantage de souplesse dans la réglementation des enseignes qu'au sein des sites patrimoniaux remarquables concernés par la ZP1a, tout en les encadrant afin d'assurer leur insertion dans leur environnement architectural et urbain et de garantir ainsi la qualité du cadre de vie de ces espaces. Tout comme en ZP1a, les possibilités d'affichage publicitaires sont réduites à de petits formats, avec des typologies adaptées au contexte urbain de centre-bourg / pôle de proximité.

ZP2 : Bourgs du PNR et quartiers résidentiels

La ZP2 concerne :

Les périmètres agglomérés des communes du Parc Naturel Régional du Gâtinais Français, exceptée la commune de Barbizon (ZP1a). Les règles concernant les dispositifs d'affichage extérieur sont adaptées au contexte rural de ces communes et permettent leur intégration dans un paysage de qualité, tout en assurant la visibilité des acteurs économiques du territoire. Sont exclues également de ce zonage les zones d'activités potentiellement présentes en agglomération sur les communes du PNR.

Les quartiers à dominante résidentielle des communes de bord de Seine et de Noisy-sur-Ecole. Sur ces communes, la ZP2 se dessine en négatif : elle correspond au périmètre aggloméré, à l'exclusion de l'ensemble des autres zones.

La réglementation de la ZP2 est légèrement modifiée, selon que l'on se situe à l'intérieur ou en dehors du PNR du Gâtinais Français.

ZP3 : Les zones d'activités et parcs tertiaires

Le zonage ZP3 a pour but d'harmoniser le traitement des enseignes au sein des différentes zones d'activité du territoire. Elle concerne l'ensemble des zones d'activité situées au sein des périmètres agglomérées. Les zones d'activités situées au-delà des limites d'agglomération suivent les mêmes règles concernant les enseignes, malgré qu'elles soient zonées en ZP0.

ZP4 : Les voies d'accès aux sites emblématiques du territoire

Les routes départementales RD607, RD606 et RD210 ont été identifiées comme étant des axes structurants, notamment empruntés pour accéder aux sites emblématiques du territoire que sont le château et la forêt de Fontainebleau, les sites de Barbizon et Bourron-Marlotte.

Afin de répondre aux enjeux définis pour ces axes, leurs tronçons situés en agglomération bénéficient d'un zonage ZP4, sur une largeur de 50 mètres de part et d'autre de la voie, à partir de la limite de son emprise. Les parcelles qui sont en partie concernées par ce zonage ZP4, se voient appliquer sa réglementation sur la totalité de leur superficie.

Choix retenus pour la partie réglementaire

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

Publicités et pré-enseignes

Le territoire du Pays de Fontainebleau est très largement couvert par des périmètres de protection du patrimoine et de l'environnement engendrant des interdictions strictes et relatives de publicité.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal permet de façon très limitée la réintroduction de publicité.

Ainsi, l'interdiction relative liée à la présence du PNR du Gâtinais Français est maintenue pour la plupart des formes de publicité ayant un réel impact sur le paysage, en effet seule est admise la publicité en micro-affichage installée à plat ou parallèle à la devanture commerciale et selon les dimensions de la réglementation nationale, la publicité temporaire installée de façon cadrée sur palissade de chantier, ainsi que les pré-enseignes temporaires, de format maximal 1m*1.5m.

En dehors du Parc Naturel Régional, les interdictions relatives sont levées afin de légaliser la publicité de surface utile de 2m² existante sur les dispositifs de mobilier urbain en place, mais aussi et surtout de répondre aux enjeux économiques des zones en question, tout en prenant en compte le contexte urbain, architectural et environnemental.

Ainsi les centres-villes et centres-bourgs, qui sont pour la plupart concernés par une interdiction relative liée à un périmètre de protection des abords ou un site patrimonial remarquable peuvent répondre à un double enjeu d'économie et de communication. Ces espaces sont concernés par un zonage ZP1a ou ZP1b, qui permet la réintroduction, au-delà de la publicité sur mobilier urbain, du micro-affichage et de la publicité sur palissade de chantier, ainsi que de la publicité sur bâche de chantier sur Fontainebleau et Avon (nécessitant autorisation du maire). Au-delà de l'existence de ces périmètres d'interdiction, il est indispensable de préserver le paysage des centralités des communes, qui sont des espaces essentiels de vie ; de rencontre et d'échange. Ces formats sont aussi les mieux adaptés à l'environnement piétonnier de ces espaces.

La commune de Barbizon fait figure d'exception au sein du zonage. Elle est zonée en ZP1a, afin d'harmoniser la réglementation des enseignes au sein des trois SPR existants ou en projet sur le territoire, mais la publicité sur mobilier urbain reste interdite, du fait de l'adhésion de la commune au Parc Naturel Régional du Gâtinais Français.

Les espaces agricoles et de nature sont protégés de la publicité et des pré-enseignes par la définition des zones agglomérées, mais également par un zonage ZP0, permettant de préserver ces espaces compris au sein des limites d'agglomération. Toute forme de publicité y est interdite.

Les espaces à dominante résidentielle, zonés en ZP2, n'ayant pas de vocation économique, se voient limitées les possibilités d'implantation de publicité. En effet, afin de préserver le

cadre de vie des habitants, seules sont permises des formes de publicité peu impactantes ou temporaires (publicités sur mobilier urbain ; micro-affichage et la publicité de chantier).

Les zones d'activités économiques et parcs tertiaires situés en agglomération sont concernés par le zonage ZP3, dont les règles concernant la publicité diffèrent en fonction des communes :

- > *ZP3 sur les communes de : Avon, Bois-le-Roi, Samois-sur-Seine, Samoreau et Vulaines-sur-Seine*

Ces espaces bénéficient d'une plus grande souplesse quant à la réglementation de l'affichage extérieur, pour répondre à leurs enjeux économiques, mais aussi parce que le contexte urbain y est plus adapté. Des formes de publicité non autorisées ailleurs y sont ainsi permises : la publicité murale, avec une surface totale maximale fixée à 4m², y compris sur Avon qui compte plus de 10 000 habitants.

La ZP3 sur la zone d'activité de Valvin à Avon est la seule à pouvoir accueillir de la publicité numérique. Elle doit être obligatoirement installée au mur, avec un format maximum de 2m². Cette zone est en effet la plus à même d'accueillir ce type de dispositif numérique de petite taille : elle offre un cadre urbain et commercial adapté et permettant une insertion optimale.

La typologie d'implantation murale limite l'impact visuel de l'affichage, ce qui évite de nuire à la lisibilité des zones économiques et minimise la dégradation paysagère de ces espaces.

De plus, les dispositions concernant l'implantation des publicités murales permettent une optimisation de leur insertion sur leur support. Ainsi les règles de recul par rapport aux limites du support, permettent une installation plus adéquate du dispositif, mais également de protéger les éventuels chaînages ou autre éléments architecturaux. L'installation de publicité sur les murs en pierre apparente est interdite.

- > *ZP3 sur les communes de Chartrettes, Fontainebleau, La Chapelle-la-Reine et Ury*

Sur ces communes, la ZP3 est instaurée sur les zones d'activité en agglomération afin d'appliquer uniformément la réglementation sur les enseignes. Compte-tenu du contexte rural ou patrimonial des communes concernées, la publicité y est interdite.

Les zones d'activités économiques situées hors agglomération sont zonées en ZP0 et repérées au plan de zonage par un contour en pointillés bleus. Toute forme de publicité y est interdite.

- > *ZP4 sur les communes d'Avon, Bourron-Marlotte, Samoreau et Fontainebleau*

Les voies d'accès aux sites emblématiques du territoire sont des axes viaires structurants, vecteurs de l'identité de la commune, d'autant plus du fait de leur caractère touristique. Le paysage de leurs abords est préservé par une interdiction des autres formes de publicité que celle de 2m² de surface utile installée sur mobilier urbain, le micro-affichage et la publicité de chantier.

Dans les zones où la publicité sur mobilier urbain est autorisée, aucune règle d'implantation précise n'a été fixée, afin de laisser la liberté aux communes d'appréhender cette question, en relation avec les services de l'état, lors des négociations de convention de mobilier urbain. L'objectif étant de réfléchir en bonne intelligence à l'implantation de ces dispositifs et non pas de se pénaliser avec une géométrie arbitraire, parfois peu adaptée.

Les pré-enseignes temporaires sont admises en toutes zones, avec pour format maximal 1m de haut par 1.5m de large. Leur nombre est limité à 4 dispositifs par événement signalé. Ces dispositions de la réglementation nationale applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération sont généralisées à l'ensemble du territoire.

La période d'implantation des pré-enseignes temporaires est réduite : les pré-enseignes temporaires peuvent être installées au plus tôt, 10 jours avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et doivent être retirées au plus tard 3 jours après la fin de l'évènement.

Enseignes

Dispositions générales

- Enseignes en façade

Afin de valoriser un cadre bâti de grande qualité, les enseignes en façade doivent respecter les rythmes architecturaux et ne pas couvrir les éléments de décors architecturaux.

Pour éviter la surcharge des devantures commerciales, le nombre d'enseignes en façade et leurs dimensions sont limités en fonction des zones, afin de s'adapter au contexte urbain au sein duquel l'activité s'installe.

La multiplication des messages sur la devanture nuit en effet à l'attractivité du commerce et même paradoxalement à sa lisibilité.

- *Enseignes au sol*

Les enseignes au sol sont limitées en nombre et en taille en fonction des zones. Au sein de certaines zones, les enseignes scellées au sol sont interdites, car non adaptées au contexte urbain (interdiction des enseignes scellées au sol en ZP1a et ZP1b).

Dans les zones où elles sont autorisées, les enseignes scellées au sol de plus de 1m² sont limitées à 1 par voie bordant l'unité foncière sur laquelle l'activité est installée. Dans le cas d'activités regroupées sur une même unité foncière, les enseignes doivent donc être installées sur un support commun.

Afin de s'adapter aux différentes configurations, les unités foncières présentant un linéaire sur voirie de plus de 10m peuvent accueillir une enseigne au sol de moins de 1m² par tranche de 5m entamée, dans la limite de 3 dispositifs supplémentaires.

Les enseignes posées au sol sont soumises aux règles de densité des enseignes scellées au sol.

Sur le domaine public, elles sont limitées à une par établissement afin d'éviter la prolifération de ces dispositifs et doivent être retirées lorsque l'établissement n'est plus en activité.

Leur installation sur le domaine public est également soumise à une condition de largeur du trottoir, afin de préserver la fonction première de circulation des piétons et pour limiter l'emprise des activités privées sur le domaine public. De plus, il est rappelé que l'installation d'un chevalet ou autre dispositif mobile sur le domaine public doit faire l'objet au préalable d'une demande d'autorisation d'occupation du domaine publique.

Aussi, en vue d'améliorer la lisibilité commerciale et en poursuivant ce même objectif de limiter la surcharge d'enseignes, les enseignes au sol et sur clôture ne peuvent pas se cumuler : l'implantation d'une enseigne au sol ne peut être permise que s'il n'existe pas d'enseignes sur clôture et inversement.

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sur clôture sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité. Le format de ces enseignes varie en fonction des zones de publicité. La nature de la clôture pouvant accueillir une enseigne varie également en fonction des zones. L'implantation d'enseigne sur les clôtures végétales est interdite en toute zone. D'une manière générale, l'implantation d'enseigne sur des éléments végétaux est interdit, au même titre que les publicités et pré-enseignes.

- *Enseignes en toiture*

Les enseignes en toiture sont interdites. Une exception existe néanmoins en ZP3 et dans les zones d'activités hors agglomération repérées au plan de zonage, pour les activités situées en retrait de la voie publique. Cette dérogation permet dans ce cas précis, l'implantation d'une enseigne en toiture, uniquement sur les toitures en pente et sans dépasser la limite du faitage afin d'optimiser l'intégration du dispositif dans son environnement proche.

- *Enseignes temporaires*

La dimension, le nombre et le mode d'implantation des enseignes temporaires sont réglementés en fonction du message qu'elles portent. Les enseignes temporaires à caractère commercial sont limitées à 3 par évènement signalé, ayant chacune une surface maximale de 3m². Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire, notamment au niveau des zones d'activité.

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation, permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi de dévisager les façades.

Mis à part les enseignes temporaires immobilières, qui ne doivent être installées que pendant la période effective où le bien est à vendre ou à louer, les enseignes temporaires peuvent être installées au plus tôt 10 jours avant le début de l'évènement signalé et doivent être retirées au plus tard 3 jours après.

- *Eclairage des enseignes*

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible, c'est pourquoi le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétro-éclairage ou par projection. Les lettres éclairantes sur caisson opaque sont le seul mode d'éclairage direct autorisé. Les spots pelles sont interdits en toute zone, car ils ne permettent pas une bonne intégration du système d'éclairage sur la devanture.

Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité

ZPO

- *Enseignes en façade*

Pour limiter la surcharge des devantures, les enseignes parallèles sont limitées à une par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Une deuxième enseigne parallèle est autorisée pour les linéaires de façade supérieurs à 10m, afin de s'adapter aux façades commerçantes de plus grand format.

Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à une par voie bordant l'établissement. Le format maximum est fixé à 0.80m² avec une saillie maximale de 0.80m fixations comprises, sous réserve de respecter les dispositions de la réglementation nationale et sauf règlement de voirie plus restrictif.

Les activités exercées sous licence bénéficient d'une dérogation, pour leur permettre de répondre à leur obligation d'affichage. Ainsi une enseigne perpendiculaire par activité est autorisée, dans la limite de 3 enseignes perpendiculaires par établissement.

- *Enseignes au sol*

Afin de garantir une visibilité suffisante en contexte rural, notamment pour les activités hors agglomération, les enseignes au sol sont autorisées en ZPO avec la surface maximale de 2m² et une hauteur de 3m maximum.

- *Enseignes sur clôture*

Afin de répondre aux enjeux de visibilité en milieu rural, les clôtures aveugles, comme non aveugles, peuvent accueillir des enseignes, avec un format maximal de 1.5m².

Ainsi, le zonage ZPO permet un encadrement harmonisé de l'implantation des enseignes des activités installées hors agglomération. Toutefois, les zones d'activités localisées hors agglomération bénéficient de règles spécifiques concernant leurs enseignes, adaptées à la configuration des lieux. Ces règles sont les mêmes que celles du zonage ZP3, qui couvre les zones d'activité en agglomération. Cette disposition garanti un traitement homogène de l'ensemble des zones d'activité du territoire (voir paragraphe ZP3).

ZP1a

La ZP1a regroupe des secteurs de centralités patrimoniales couvertes par un site patrimonial remarquable. Pour répondre aux enjeux de préservation du patrimoine et de valorisation du cadre de bâti, la réglementation des enseignes est plus restrictive que sur les autres zones de centres.

- *Enseignes en façade*

Pour limiter la surcharge des devantures, les enseignes parallèles sont limitées à une par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Cependant, afin de s'adapter aux façades commerçantes de plus grand format, une deuxième enseigne parallèle est autorisée pour les linéaires de façade supérieurs à 10m.

Dans un objectif général d'esthétisme de l'implantation des enseignes au sein des centralités commerçantes des sites patrimoniaux remarquables, l'installation des enseignes parallèles est interdite sur les retours de murs ou sur les pignons aveugles.

La hauteur maximale du lettrage de l'enseigne en bandeau est limitée à 35cm. Lorsque l'enseigne en bandeau a un panneau de fond, un écart de 10 cm doit être laissé entre le lettrage et les bordures du panneau, ce qui permet d'encadrer la position du lettrage par rapport au panneau sur une position centrale et évite une disproportion entre l'écriture et le fond.

Les dimensions du bandeau sont quant à elles encadrées par la nécessité de respecter les rythmes de façade, ce qui permet d'adapter l'enseigne à la configuration architecturale, assurant ainsi une insertion optimale du dispositif sur la façade.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec des dimensions maximales fixée à une surface de 0.50m² et une saillie de 0.70m fixations comprises. Les activités sous licence sont soumises à cette même règle de densité et devront donc s'adapter en utilisant par exemple des supports communs, permettant de grouper l'ensemble de leurs enseignes perpendiculaires.

L'inscription de l'enseigne sur lambrequin de store est également encadrée plus strictement qu'au sein des autres zones. Elle doit être réalisée en position centrale du lambrequin. La hauteur de celui-ci est limitée à 20cm.

- *Enseignes au sol*

Les enseignes scellées au sol sont interdites, car non adaptées au contexte urbain des centralités patrimoniales.

Les chevalets sont les seules formes d'enseignes posées au sol autorisées au sein de ces secteurs. Ils sont limités à une largeur de 70cm et une hauteur de 1m.

- *Enseignes sur clôture*

Les enseignes sont autorisées sur les murs de clôture pleins et les murs bahuts (sur le muret comme sur la grille), à condition qu'elles soient réalisées en lettres ou signes

découpées et que leur surface corresponde au maximum à un rectangle de 1m². L'esthétique des lettres découpées permet de valoriser les murs de clôture au sein de ces périmètres patrimoniaux, contrairement aux panneaux pleins qui s'insèrent plus difficilement sur ce genre de support.

Néanmoins, pour répondre aux besoins de certaines activités de soin ou de service, une plaque de format A4 maximum est admise sur les parties pleines des murs de clôture.

ZP1b

La ZP1b concerne les polarités commerçantes secondaires, ainsi que les bourgs des communes de bords de Seine. La réglementation des enseignes est adaptée au contexte urbain et aux types de commerces et d'enseignes que l'on retrouve dans ces secteurs.

- *Enseignes en façade*

Pour limiter la surcharge des devantures, les enseignes parallèles sont limitées à une par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Cependant, afin de s'adapter aux façades commerçantes de plus grand format, une deuxième enseigne parallèle est autorisée pour les linéaires de façade supérieurs à 10m.

Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à une par voie bordant l'établissement. Le format maximum est fixé à 0.80m² avec une saillie maximale de 0.80m fixations comprises, sous réserve de respecter les dispositions de la réglementation nationale et sauf règlement de voirie plus restrictif.

Les activités exercées sous licence bénéficient d'une dérogation, pour leur permettre de répondre à leur obligation d'affichage. Ainsi une enseigne perpendiculaire par activité est autorisée, dans la limite de 3 enseignes perpendiculaires par établissement.

- *Enseignes au sol*

Les enseignes au sol sont interdites, car non adaptées au contexte urbain des centres-bourgs et pôles de proximité.

Vecteur de dynamisme et éléments d'animation des centres-bourgs, les enseignes posées au sol sont quant à elles autorisées. Leur hauteur maximale est fixée à 1m pour les chevalets et 2m pour les kakemonos et oriflammes.

- *Enseignes sur clôture*

Prenant en compte le caractère patrimonial des centres-bourgs et afin de privilégier une insertion cohérente dans le paysage et l'architecture, l'implantation d'enseigne est autorisée uniquement sur les clôtures aveugle, avec un format maximal de 1m².

ZP2

- *Enseignes en façade*

Pour limiter la surcharge des devantures, les enseignes parallèles sont limitées à une par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Cependant, afin de s'adapter aux

façades commerçantes de plus grand format, une deuxième enseigne parallèle est autorisée pour les linéaires de façade supérieurs à 10m.

Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à une par voie bordant l'établissement. Le format maximum est fixé à 0.80m² avec une saillie maximale de 0.80m fixations comprises, sous réserve de respecter les dispositions de la réglementation nationale et sauf règlement de voirie plus restrictif.

Les activités exercées sous licence bénéficient d'une dérogation, pour leur permettre de répondre à leur obligation d'affichage. Ainsi une enseigne perpendiculaire par activité est autorisée, dans la limite de 3 enseignes perpendiculaires par établissement.

- *Enseignes au sol*

En ZP2 les enseignes scellées au sol sont autorisées avec un format adapté au contexte résidentiel qui caractérise cette zone, leur surface maximale est de 2m² pour une hauteur maximale de 3m. Les enseignes posées au sol sont autorisées avec une hauteur maximale de 1m pour les chevalets, 2m pour les oriflammes et kakemonos.

En ce qui concerne les bourgs des communes du PNR, la configuration ne permettant que très rarement l'implantation d'enseignes scellées au sol, l'implantation de tels dispositifs dans ces secteurs devrait être marginale et ne pas poser de problème d'intégration paysagère. Vecteurs de dynamisme et éléments d'animation des centres-bourgs, les enseignes posées au sol y sont également autorisées.

- *Enseignes sur clôture*

L'implantation d'enseigne est autorisée sur les clôtures aveugles comme non aveugles, avec un format maximal de 1m².

ZP3

- *Enseignes en façade*

La réglementation des enseignes en façade dans les zones d'activité est plus souple qu'au sein des autres zones, elle s'aligne sur les dispositions générales du règlement qui viennent compléter celles de la réglementation nationale. Ces dispositions sont tout de même complétées par une précision des dimensions des enseignes perpendiculaires, qui sont portées à une surface maximale de 1m² et une saillie maximale de 0.80m, sauf règlement de voirie plus restrictif et sous respect des dispositions de la réglementation nationale.

- *Enseignes au sol*

Le format des enseignes au sol est limité à 6m², qui correspond à la limite maximale de surface des enseignes scellée au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants. Ce maximum est étendu à Avon et Fontainebleau, dans un double objectif d'harmonisation de la réglementation à l'échelle intercommunale et de protection du cadre de vie, considérant qu'un format de 6m² est adapté et suffisant pour les activités installées au sein des zones d'activité du territoire.

La hauteur maximale des enseignes scellées au sol est de 3m pour les formats totem et panneaux de 6.5m pour les mâts porte drapeau, ces derniers n'étant autorisés qu'au sein de ce zonage ZP3.

Les enseignes posées au sol suivent les mêmes règles qu'au sein des autres zones.

ZP4

Pour limiter la surcharge des devantures, les enseignes parallèles sont limitées à une par voie ouverte à la circulation bordant l'établissement. Cependant, afin de s'adapter aux façades commerçantes de plus grand format, une deuxième enseigne parallèle est autorisée pour les linéaires de façade supérieurs à 10m.

Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à une par voie bordant l'établissement. Le format maximum est fixé à 1 m² avec une saillie maximale de 0.80m fixations comprises, sous réserve de respecter les dispositions de la réglementation nationale et sauf règlement de voirie plus restrictif. Ce format, plus important que dans les zones résidentielles ou les zones de centre se veut adapter à un environnement davantage tourné vers l'automobile.

- *Enseignes au sol*

Le format des enseignes au sol est limité à 6m², qui correspond à la limite maximale de surface des enseignes scellée au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants. Ce maximum est étendu à Avon et Fontainebleau, dans un double objectif d'harmonisation de la réglementation à l'échelle intercommunale et de protection du cadre de vie, considérant qu'un format de 6m² est adapté et suffisant pour les activités installées le long de ces axes.

Les enseignes posées au sol suivent les mêmes règles qu'au sein des autres zones.

- *Enseignes sur clôture*

Les murs de clôture pleins, ainsi que les murs bahuts peuvent accueillir une enseigne de 3m² maximum, afin d'assurer la visibilité de l'enseigne depuis l'axe pour les automobilistes l'empruntant.