



## Remarques sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal de la Communauté d'Agglomération du Pays de Fontainebleau

### Le mobilier urbain

Ce Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) marque la volonté d'améliorer la situation, mais laisse une place démesurée au mobilier urbain autorisé en toutes zones à l'exception du PNR du Gâtinais. La protection établie par l'article L 581-8<sup>1</sup> vole en éclat du fait de la dérogation émise par le RLPi puisque, hors la zone du Parc Régional du Gâtinais, « la publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée en toutes zones ». (règlement p.15)

Nous n'osons imaginer l'impact sur la ville de Fontainebleau avec ses Sites Patrimoniaux Remarquables ou encore les effets désastreux sur les cœurs de petites communes bénéficiant d'un patrimoine ancien. (Avon par exemple). De plus, dans les petites communes le patrimoine peut être dispersé et n'aura plus la protection réglementaire autorisée par l'article L581-8 du code de l'environnement.

Ainsi le RLPi introduit de la publicité là où auparavant elle était interdite et cela sans règle de densité.  
*« 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. » (Rapport de présentation p-49)*

La densité des mobiliers urbains est donc une donnée non définie. Et pourtant cette notion est essentielle. La multiplicité du mobilier urbain peut avoir un lourd impact sur les paysages.

---

<sup>1</sup> Article L 581-8 du code de l'environnement

I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article [L. 621-30](#) du code du patrimoine ;
- 2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article [L. 631-1](#) du même code ;
- 3° Dans les parcs naturels régionaux ;
- 4° Dans les sites inscrits ;
- 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article [L. 581-4](#) ;
- 6° (abrogé)
- 7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article [L. 414-1](#).

**Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14.**

Notons au passage la présence du mobilier urbain sur les voies d'accès aux sites emblématiques : La zone « ZP4 couvre sur une largeur de 50m de part et d'autre de la limite d'emprise de voirie, les RD 606- 607- 210 dans les secteurs agglomérés des communes de Bourron-Marlotte, Fontainebleau, Avon et Samoreau » (règlement p14)

Mais des habitations bordent ces pénétrantes.

On peut s'interroger sur la nécessité de ce mobilier urbain qui encombre les trottoirs et gêne la mobilité. D'autant que le mobilier urbain (article R 581-42 du code de l'environnement) peut supporter de la publicité à titre accessoire eu égard à sa fonction.

Pensons aux petites communes souvent étalées, où les secteurs classés ZP1b (centres bourgs et pôles de proximité) et ZP2 (quartiers résidentiels) qui se caractérisent bien souvent par leur aspect « campagnard ». La profusion de la végétation leur confère un certain charme, leur caractère.

Comment imaginer sur ces secteurs des mobiliers urbains ?

### **Quels sont les justificatifs d'une telle autorisation des mobiliers urbains sur toutes les zones hors celle du PNR ?**

Si l'on se reporte au rapport de présentation rien ne semble le justifier.

*« 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. » ( rapport de présentation p.12).*

*« L'agglomération de Fontainebleau est en effet considérée dans le Schéma Directeur Régional d'Île-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 » (rapport de présentation p.13)*

Et la page 28 du rapport de présentation ajoute :

*« Dans l'ensemble, la présence de la 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 »*

Mais la levée des interdictions relatives, définies par l'article L 581-8 du code de l'environnement, risque justement, par la multiplicité des mobiliers urbains, sans règle de densité, de rendre cette publicité envahissante par sa prolifération et dégrader le cadre de vie.

Il n'y a dans le rapport de présentation aucune analyse de l'impact esthétique de ces dispositifs dans des zones où justement la publicité était interdite.

Et ceci au moment où Fontainebleau cherche à faire classer au patrimoine mondial de l'Unesco sa forêt en

extension du château.

*« Il est à noter aussi que le 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. » (Rapport de présentation page 13, 4ème alinéa)*

Dire que le RLPi participe à l'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 relève d'une assertion. Pas le moindre exposé sur les enjeux économiques ne l'étaye.

Notons que ces espaces sont majoritairement achetés par de grandes marques. Les règles du RLPi visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés. (Voir articles L 581-1 du code de l'environnement).

Croire que les petits commerçants des petites communes vont acheter des espaces ne semble pas réaliste. On peut craindre plutôt un affichage déconnecté du contexte dans lequel il s'implante.

## **Dispositifs lumineux**

### **Publicité et pré-enseignes lumineuses :**

*« La publicité éclairée par projection ou transparence est autorisée, selon les dispositions relatives à la typologie du dispositif en question. Toute autre forme de publicité lumineuse, est interdite, excepté la publicité numérique en ZP3 à Avon uniquement.*

*Au sein de la ZP3 d'Avon, la publicité numérique est autorisée à condition d'être installée sur un mur aveugle, dans la limite d'un dispositif par unité foncière et sans dépasser une surface unitaire totale de 2m<sup>2</sup> » (règlement page 17)*

Cette dérogation est assez étonnante.

### **Règle d'extinction Publicité et pré-enseignes lumineuses :**

*« Les publicités et pré-enseignes lumineuses, y compris sur mobilier urbain, sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, excepté les abris-bus profitant directement aux services de transport public. Dans ce cas, ces derniers peuvent être «éteints à la fin du service et allumés au début du service » (règlement page 17)*

Les publicités et pré-enseignes lumineuses participent à la pollution lumineuse avec un impact écologique. Cette pollution, en altérant les cycles naturels de la lumière, est susceptible de modifier les comportements, les fonctions physiologiques et biologiques des êtres vivants.

Pour être ambitieux nous suggérons d'élargir la plage d'extinction nocturne ainsi :

- 20heures - 8heures en automne et en hiver
- 21heures - 7 heures au printemps et en été

On ne trouve aucune prescription ou interdiction dans le règlement concernant les panneaux dont les affiches sont déroulantes.

### **Règle d’extinction pour les enseignes**

*« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures lorsque l’activité signalée a cessé. Quand l’activité cesse ou commence pendant cette période, ses enseignes doivent être éteintes au plus tard une heure après la cessation d’activité et peuvent être allumées au plus tôt une heure avant la reprise de l’activité » (règlement p 22)*

Nous souhaitons que les enseignes soient allumées lorsque l’activité débute et éteintes en fin d’activité. Si l’on veut procéder à des achats, rien n’est plus contrariant que de croire un commerce ouvert, alors qu’il ne l’est pas !

### **Autres dispositifs**

#### **A - Enseignes temporaires**

*« Les Enseignes temporaires à caractère culturel, touristique ou concernant des manifestations exceptionnelles de moins de 3 mois (dont enseignes temporaires à caractère commercial) 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 en question » (règlement page 21)*

Pour les enseignes temporaires à caractère commercial : Trois enseignes temporaires peuvent être installées par évènement. Surface unitaire de 3m<sup>2</sup> (règlement p 21)

Mais le nombre d’évènements par an n’est pas précisé et les évènements peuvent s’enchaîner. Le temporaire risque de devenir permanent.

Même observation pour les pré-enseignes temporaires.

Si la durée d’installation est identique à celle des enseignes temporaires, aucune indication n’est donnée sur le nombre d’évènements qu’elles peuvent couvrir dans l’année. (règlement page 16)

#### **B - Enseignes : Règlementation selon le zonage**

##### **I - Enseignes en façade, à plat ou parallèle selon le zonage**

Pour plus de clarté nous avons établi le tableau suivant, en fonction des zones

Zonage	enseigne
ZPO	« une enseigne en bandeau par voie ouverte à la circulation publique est autorisée par établissement. Les façades commerciales présentant un linéaire supérieur à 10m peuvent accueillir une deuxième enseigne de ce type » (règlement p.24)
ZP1a	1 enseigne supplémentaire pour les façades commerciales présentant un linéaire de voirie supérieur à 10m mais la hauteur du lettrage de l’enseigne en bandeau doit être inférieure ou égale à 35 cm (règlement p.28)

ZP1b	Même règlement que pour la zone ZPO (règlement p.31)
ZP2	Même règlement que pour la zone ZPO (règlement p.33)
ZP3	Faute de prescription particulière, la RNP est sensée s'appliquer (règlement p. 35)
ZP4	Même règlement que pour la zone ZPO (règlement p.37)

N'aurait-il pas été souhaitable d'uniformiser les enseignes en bandeau en suivant, avec audace, les préconisations de Paysage de France :

Façades de moins de 50m<sup>2</sup> : 25% maximum (limité à 2m<sup>2</sup>)

Façades de plus de 50m<sup>2</sup> : 15% maximum (limité à 4m<sup>2</sup>)

## II – Enseignes scellées au sol

*« Les unités foncières présentant un linéaire sur voirie supérieur à 10m peuvent installer en plus de l'enseigne scellée au sol de plus de 1m<sup>2</sup>, une enseigne au sol de moins de 1m<sup>2</sup> par tranche de 5m de linéaire sur voirie entamée, dans la limite de 3 dispositifs supplémentaires maximum » (règlement p. 20).*

Il serait bon de préciser, page 20, pour les dispositifs additionnels s'il s'agit d'enseignes scellées ou posées au sol. Cette précision apparaît ultérieurement dans la partie concernant le zonage.

Ce nombre de 3 enseignes au sol, s'il s'agit d'enseignes posées au sol, est important et risque d'entraver la circulation des piétons avec les oriflammes et kakémonos.

Une augmentation de la longueur du linéaire de voirie, permettrait sans doute d'éviter une surcharge.

Parmi les enseignes scellées au sol, les formats totem ou panneau et mâts porte-drapeau sont autorisés en zones d'activités. Un totem ou panneau et un mât porte-affiche, d'une surface de 6m<sup>2</sup> maximum, s'élèveront respectivement à 3m et 6m50 dans les zones ZPO et ZP3 (règlement p.26 et 35).

La zone ZPO correspond aux espaces naturels, paysagers et patrimoniaux. Ce format, même s'il n'est accepté que dans les zones d'activité du zonage ZPO, nous paraît excessif, tout comme celui de l'enseigne scellée au sol d'une surface maximale de 6m<sup>2</sup> et d'une hauteur de 3m sur les voies d'accès aux sites emblématiques en ZP4.

Ajoutons que ces dispositifs auront d'autant plus d'impact situés, même en zones d'activités, dans la zone du parc naturel.

## III - Enseigne sur toiture

Elles sont interdites sauf en ZPO et en ZP3 sur toiture en pente dans le cas d'une activité située en retrait et non visible de la voie principale. (Cf. Règlement pages 27 et 36)

Aucune précision n'est apportée sur la hauteur des lettres et la surface de l'enseigne.

Le règlement national de la publicité est très permissif : « la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres » (article R 581-62 code de l'environnement).

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés, Des précisions auraient été les bienvenues.

## Conclusion

Le RLPi est un document qui se doit d'être clair afin de faciliter les services de la police municipale. Dans ce sens certains points auraient mérité d'être explicités et la pagination du document mis à disposition améliorée.

On assiste à une multiplication des enseignes et si la publicité est restreinte elle est, par contre, réintroduite en abondance par l'omniprésence du mobilier urbain introduit en toutes zones.

Nous n'avons trouvé dans le rapport de présentation aucune justification argumentée sur la nécessité économique de la publicité portée par le mobilier urbain ni d'analyse des impacts esthétiques, alors que le « rapport de présentation [-] s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus » (rapport de présentation page 6).

C'est pourquoi nous exprimons un avis défavorable sur ce projet dans sa rédaction actuelle.

De plus ce RLPi intervient au moment où est en cours d'élaboration :

- Le dossier du site patrimonial remarquable de Fontainebleau- Avon.
- le projet d'extension du périmètre de la zone paysagère autour de la forêt de Fontainebleau avec la volonté de déposer dans un proche avenir sa candidature au classement « Site mondial de l'UNESCO »

Pour éviter des risques d'erreur ou de rejet, il est peut-être prématuré d'instaurer un RLPi avant que ce dossier, devant être porté pour l'inscription à L'UNESCO, ne soit plus avancé.

Brigitte DELORD,  
Administratrice



Bernard BRUNEAU,  
Président

