

Avril 2018

GUIDE PRATIQUE PUBLICITÉ

À l'usage des élus et des acteurs économiques
du territoire

Publicité et Paysages
Grand Site Cap d'Erquy - Cap Fréhel



Grand Site
Cap d'Erquy - Cap Fréhel

EDITO

LE GUIDE PUBLICITÉ, UN PREMIER ENGAGEMENT POUR NOS PAYSAGES

La mise en place d'un «guide publicité» s'inscrit dans le programme d'actions de l'Opération Grand Site Cap d'Erquy – Cap Fréhel, qui vise à réduire la place de la publicité dans le paysage. L'objectif est de préserver les paysages, d'exception comme ordinaire, tout en permettant aux acteurs économiques locaux de bénéficier d'outils pour se signaler, et faire connaître leurs activités.

Le Syndicat mixte Grand Site Cap d'Erquy – Cap Fréhel souhaite, à travers ce guide, rendre plus lisible et compréhensible la réglementation extérieure de la publicité pour les élus, acteurs économiques et associatifs, professionnels et habitants du territoire. Cet outil pratique n'a pas de portée réglementaire, mais a bien vocation à sensibiliser à la nouvelle réglementation, à expliciter les outils alternatifs pouvant être mobilisés, et à avancer des préconisations quant à l'intégration de ceux-ci au sein du paysage.

Les compétences en matière de réglementation de la publicité reviennent aux services de l'Etat, et celles concernant la signalisation routière reviennent aux gestionnaires de voiries. Pour élaborer ce guide, le Syndicat mixte Grand Site Cap d'Erquy – Cap Fréhel a travaillé avec des spécialistes de la publicité et/ou de la signalisation routière, la DDTM, le CAUE22 et le service des infrastructures du Département des Côtes d'Armor ; tous ont souhaité accompagner les acteurs du territoire et faciliter leurs démarches pour mieux se signaler, dans le respect du paysage et de ses valeurs patrimoniales, qui sont les garants de l'attractivité et de la qualité du cadre de vie de notre territoire.

Ce «guide publicité» est le fruit d'un travail mené avec les collectivités locales, les communes du Grand Site s'engagent aujourd'hui à en appliquer les fondements, dans le cadre de l'OGS, pour rendre cohérente et homogène l'entité Grand Site Cap d'Erquy- Cap Fréhel, futur Grand Site de France !





CONTENU

03 LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

07 LES DIFFÉRENTS TYPES DE SIGNALÉTIQUE : PUBLICITÉ, ENSEIGNE ET PRÉ-ENSEIGNE

- 08 1. La publicité
- 09 2. Les enseignes
- 13 3. Les pré-enseignes
- 17 4. Les enseignes et pré-enseignes temporaires

19 DES OUTILS ALTERNATIFS ?

- 19 1. La Signalisation d'Information Locale (SIL)
- 21 2. Les Relais Information Service (RIS)
- 22 4. Le mobilier urbain supportant de la publicité
- 23 3. L'affichage d'opinion ou affichage associatif
- 25 5. La signalisation directionnelle

27 AUTRES ASPECTS LIÉS À LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

- 27 1. Les entrées d'agglomération
- 29 2. La signalisation et l'information sur sites naturels
- 31 3. Les dispositifs soumis à déclaration ou autorisation préalable
- 32 4. Le rôle des différents acteurs
- 33 5. Le Règlement Local de Publicité (RLP)

35 LES COMMUNES S'ENGAGENT !

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

POUR LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET LA PRÉSERVATION DU CADRE DE VIE

La réglementation relative à la publicité cherche à **concilier la liberté d'expression et la préservation du paysage, d'exception comme ordinaire, tout en soutenant les acteurs économiques du territoire.**

Les principes généraux des articles L.581-1 et 2 du Code de l'Environnement quant à la publicité, donnent à chacun le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, selon les lois en vigueur. Afin d'assurer la protection du cadre de vie, des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique ont été fixées.

LA RÉFORME DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

La Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite également Loi Grenelle 2, et le Décret du 30 janvier 2012 viennent **réformer en profondeur la réglementation en matière de publicité extérieure.**

Cette Loi a pour objectif de trouver un **équilibre entre la préservation des paysages et le développement économique des territoires** en réglementant plus efficacement le développement de l'affichage publicitaire, des enseignes et pré-enseignes.

Dans ce cadre, **la nouvelle réglementation, inscrite au Code de l'Environnement et entrée en vigueur le 13 juillet 2015, restreint le champ d'application des pré-enseignes dérogatoires.**

À savoir !

La loi Grenelle 2 est applicable depuis le 1er juillet 2012 pour toute installation de nouveau dispositif. La nouvelle réglementation concernant les anciens dispositifs constitués des publicités et pré-enseignes demande la mise en conformité à compter du 13 juillet 2015, et à partir du 1er juillet 2018 pour les enseignes.

PUBLICITÉ, ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES

- Constitue une **publicité**, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, et qui n'est ni une enseigne, ni une pré-enseigne.
- Constitue une **enseigne**, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- Constitue une **pré-enseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou d'un terrain où s'exerce une activité déterminée. La pré-enseigne est donc implantée sur un immeuble ou terrain matériellement distinct de celui où s'exerce l'activité.



LA RÉGLEMENTATION AU SEIN DU TERRITOIRE DE L'OPÉRATION GRAND SITE

A l'image de l'ensemble du territoire français, il est interdit d'installer des publicités ou des pré-enseignes dans certains lieux sensibles du territoire (voir carte ci-après) :

- en **dehors des agglomérations***,
- à **moins de 100m** des monuments historiques**,
- sur **les sites Natura2000**,
- sur **les sites classés**,
- dans **les sites patrimoniaux remarquables*****,

* mis à part pour les pré-enseignes dérogatoires

** à moins de 500m des Monuments Historiques en 2020

*** Anciennement appelée 'Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine' (AVAP)

Pour information !

Dans le cas de la concrétisation du projet de Parc Naturel Régional Vallée de la Rance – Côte d'Emeraude, la publicité serait interdite à l'intérieur des agglomérations faisant partie du PNR.

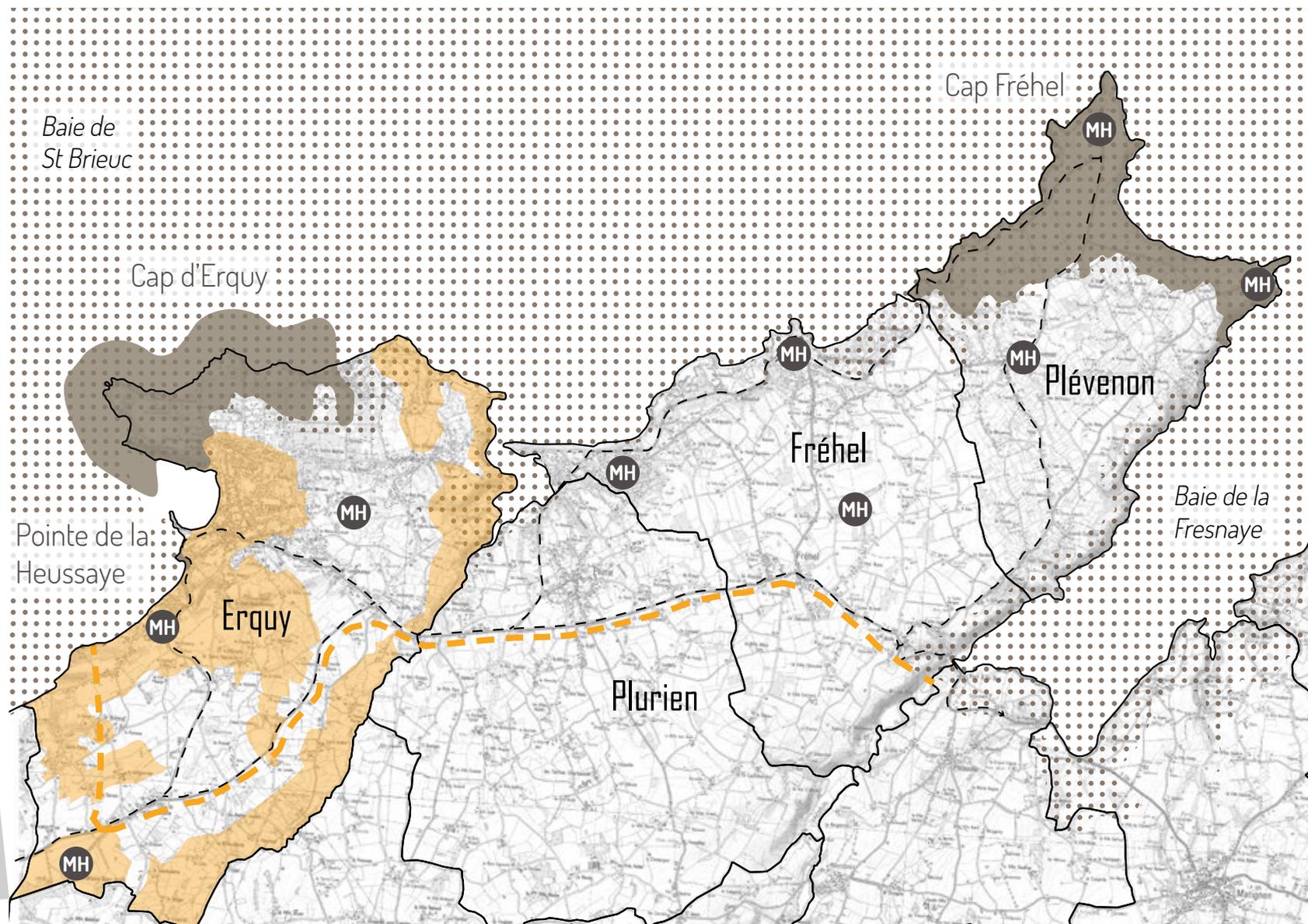
Définition...

L'agglomération, définie par le Code de la Route, est l'espace dont l'entrée et la sortie sont délimitées par des panneaux placés à cet effet.

CARTOGRAPHIE DES ZONES SENSIBLES DU GRAND SITE

-  Sites patrimoniaux remarquables*
-  Site classé
-  Site Natura 2000
-  Monument historique
-  Limites du territoire du Grand site

N
↑
1: 55000



*Site patrimonial remarquable d'Erquy...

Se renseigner avec le service urbanisme concernant les différents secteurs du site patrimonial remarquable d'Erquy.



PUBLICITÉ, ENSEIGNE OU PRÉ-ENSEIGNE ?

01

LA PUBLICITÉ

La publicité est **interdite hors agglomération** mais **autorisée en agglomération, hors zones sensibles (AVAP, site classé, etc.)**. Elle fait toutefois l'objet de certaines règles.

SUPPORTS, DIMENSIONS ET IMPLANTATIONS

Au sein du territoire du Grand Site, hors zone protégée, la publicité est notamment **autorisée** sur :

- Le mobilier urbain (p.22),
- Les murs aveugles ou avec ouverture < 0,5m²,
- Les clôtures aveugles.

Au sein du territoire du Grand Site, hors zone protégée, la publicité est **interdite** sur :

- Les panneaux de signalisation routière,
- Les poteaux électriques, téléphoniques,
- Les monuments historiques,
- Les arbres et plantations,
- Les murs et clôtures non aveugles,
- Les murs de cimetière et jardins publics,
- En dépassement des limites du mur support,
- Sur les toitures et terrasses.

Au sein des agglomérations de **moins de 10 000 habitants**, les dispositifs muraux **ne doivent pas excéder 6m de hauteur et 4m² de superficie**. Il est interdit de mettre en place des dispositifs scellés au sol ou de publicité lumineuse.

Concernant la lecture du guide...

-  Ce que l'on préconise, Ce qu'il faut faire
-  Ce que l'on déconseille, Ce qu'il ne faut pas faire



Ces affiches murales peuvent nuire à l'architecture locale en pierre traditionnelle des communes rurales. D'autres implantations peuvent être préférées

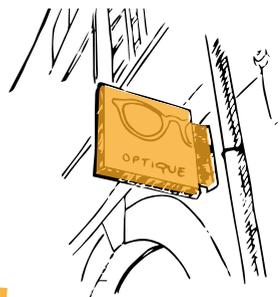
L'ENSEIGNE

TYPOLOGIE DES ENSEIGNES

Il existe plusieurs types d'enseignes, répondant à des règles précises :

- Les enseignes en **façade**, comprenant les enseignes apposées à plat ou perpendiculaire au mur, mais également les enseignes à plat sur balcon, auvent, marquise, baie.

- Les enseignes en **toiture**,
- Les enseignes scellées au **sol**,
- Les enseignes **lumineuses**.



Enseigne perpendiculaire, en potence ou en drapeau



Enseigne en applique



Enseigne scellée au sol

LES RÈGLES COMMUNES À TOUTES LES ENSEIGNES

Qu'elles soient en ou hors agglomération, les activités du territoire ont la possibilité de se signaler grâce à une enseigne **sans déclaration ou autorisation préalable, à l'exception d'activités situées en secteurs sensibles**, où elles doivent faire l'objet d'une autorisation préalable délivrée par le Préfet (ou par le Maire si présence d'un Règlement Local de Publicité).

A la fin d'une activité, l'enseigne doit être enlevée dans les **trois mois suivant la cessation de l'activité** par la personne qui l'exerçait.

LES RÈGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES INSTALLÉES EN FAÇADE

Appelée également enseigne en bandeau ou en applique, il n'existe pas de limite quant au nombre d'enseigne installée en façade, mais la Loi **limite leur surface cumulée par façade commerciale** :

- Si la façade est $\geq 50\text{m}^2$, la surface cumulée des enseignes doit être **inférieure à 15%** de la surface de la façade,
- Si la façade est $\leq 50\text{m}^2$, la surface cumulée des enseignes doit être **inférieure à 25%** de la surface totale.

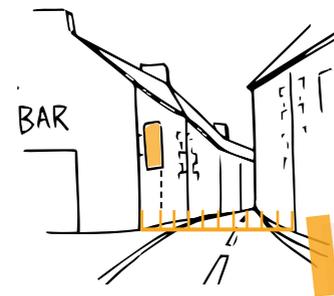
Il existe **différents types d'enseignes en façade**, avec des règles spécifiques quant à leur d'implantation :

- Sur un **mur** :
 - ...ne doit pas dépasser les limites du mur,
 - ... saillie inférieure à 25cm par rapport à mur.
- Installée **perpendiculairement au mur**, en potence ou drapeau:
 - ...ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur,
 - ...interdit devant une fenêtre ou un balcon,
 - ...saillie inférieure à 1/10ème de la distance séparant les deux alignements de bâti de la voie publique. Dans tous les cas, cet écart ne peut dépasser 2m.

À noter !
Pour le calcul de la surface, c'est la surface du panneau ou la surface du rectangle dans lequel s'inscrit l'inscription qui doit être prise en compte. Les deux côtés de l'enseigne en drapeau ou en potence doivent être pris en compte dans le calcul de la surface cumulée.



L'enseigne ne doit pas dépasser les limites du mur



Une enseigne perpendiculaire ne peut dépasser 1/10ème de la largeur de la voie

L'ENSEIGNE

LES RÈGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL, OU DIRECTEMENT INSTALLÉES SUR LE SOL

L'enseigne peut être scellée ou installée au sol, sur l'emprise foncière où s'exerce l'activité. Si elle est installée en dehors de ce foncier, elle est considérée comme une pré-enseigne ou une publicité, de même que les chevalets installés sur le domaine public constituent des pré-enseignes.



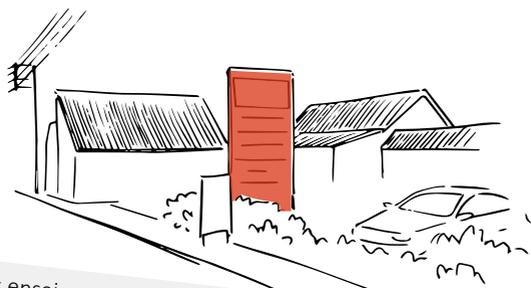
Une enseigne sur chevalet ne peut être acceptée que dans l'emprise de l'activité

Ces enseignes sont limitées en surface, hauteur et nombre :

...elles ne doivent **pas excéder 6m²**,

...elles ne doivent **pas excéder 6,5m de hauteur** si l'enseigne fait **plus de 1m de large**, et **8m de hauteur** si elle fait **moins d'1m de large**,

...si l'enseigne fait plus d'1m², elles sont limitées en nombre à **1 seul dispositif maximum sur chacune des voies ouvertes à la circulation publique** bordant l'immeuble dans lequel s'exerce l'activité signalée.



Éviter les enseignes 'géantes' et respecter les normes réglementaires

LES RÈGLES RELATIVES AUX ENSEIGNES LUMINEUSES

Seules les pharmacies et autres services d'urgence peuvent disposer d'un dispositif clignotant.

L'enseigne lumineuse doit être éteinte entre 1h et 6h du matin lorsque l'activité qu'elle signale a fermé. Et pour s'adapter aux établissements fermant très tard ou ouvrant très tôt, l'enseigne doit être éteinte au plus tard 1h après la fin de l'activité, et au plus tôt 1h avant la reprise de l'activité.



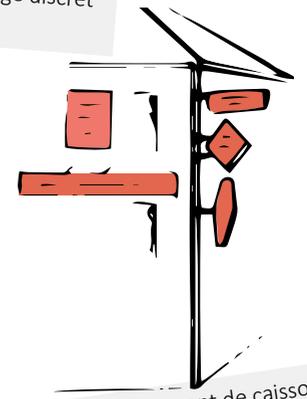
Éviter toutefois les enseignes et caissons lumineux pour des raisons esthétiques, et privilégier un éclairage discret par lampe

Préconisations

Les enseignes sont des éléments de signalisation, mais également des éléments de valorisation pour les commerces : réfléchir à leurs **matériaux, couleurs, lettrages**, etc. pour que ces enseignes participent à la mise en valeur de nos centres bourgs.

Faire preuve de **sobriété** et **limiter leur nombre** ! Le caisson lumineux est à proscrire, et le caisson de manière générale est à éviter. **Préconiser des enseignes sans caissons, avec des lettres au graphisme simple.**

Les enseignes scellées au sol ne doivent pas excéder 6m² de surface, mais cette taille est peu adaptée et l'on préconise la mise en place de dispositif à la superficie plus réduite.



Éviter l'amoncellement de caissons



Préférer l'intégration des enseignes en lettres peintes sur le mur

LA PRÉ-ENSEIGNE

Les pré-enseignes sont soumises aux mêmes règles qui régissent la publicité : autorisées en agglomération sous conditions, et interdites hors agglomération. Mais **quelques exceptions au sein de la Loi permettent à certaines activités de se signaler à l'aide de pré-enseigne dites dérogatoires, hors agglomération. Attention ! Ces dérogations sont interdites au sein des deux sites classés du territoire.**

QUELLES SONT CES ACTIVITÉS BÉNÉFICIAIRES DE PRÉ-ENSEIGNES DÉROGATOIRES ?

Les seules activités pouvant bénéficier de pré-enseignes dérogatoires depuis le 13 juillet 2015 sont (article L.581-19 du Code de l'Environnement) :

- Les activités en relation avec la **fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales***,
- Les **activités culturelles**,
- Les **monuments historiques**, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- Les **activités se déroulant de façon temporaire**, lors de manifestations ou d'opérations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

*Précisons également que...

Les services de l'État envisagent de limiter le bénéfice d'une pré-enseigne dérogatoire aux activités de fabrication ou de vente de produits du terroir **bénéficiant d'une appellation AOP (Appellation d'origine protégée), AOC (Appellation d'origine contrôlée) ou IGP (Indication géographique protégée).**

Activité non dérogatoire ne pouvant bénéficier d'une pré-enseigne

À savoir !

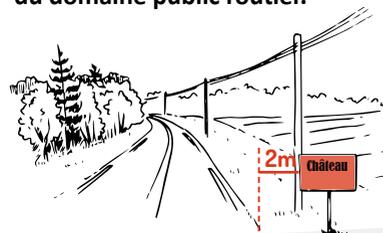
Jusqu'au 12 juillet 2015, les dérogations concernaient plus d'activités : hôtels, restaurants, garages et stations service, activités s'exerçant en retrait de la voie publique, activités liées aux services publics d'urgence. Aujourd'hui, elles ne peuvent être signalées que par des dispositifs de signalisation routière.



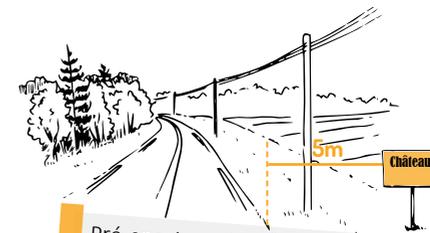
LA RÉGLEMENTATION DES PRÉ-ENSEIGNES DÉROGATOIRES HORS AGGLOMÉRATION

Hors agglomération, les pré-enseignes dérogatoires sont limitées en nombre, soumises à des règles de format, de hauteur et d'implantation :

- elles ne peuvent excéder **1m de hauteur** et **1,50m de largeur**,
- elles sont **limitées à 2 pré-enseignes** pour les activités culturelles ou bénéficiant d'une appellation d'origine, **ou 4** pour les monuments historiques,
- elles doivent être **implantées au plus à 5km de l'activité qu'elle signale** (ou de l'entrée d'agglomération si l'activité est située en agglomération), distance portée à 10km pour les pré-enseignes dérogatoires signalant des monuments historiques,
- elles doivent être **implantées à plus de 5m du bord de la chaussée, en dehors du domaine public routier.**



Pré-enseigne dérogatoire interdite car trop proche de la route et sur domaine public



Pré-enseigne dérogatoire autorisée car à 5m du domaine routier, sur domaine privé

LA RÉGLEMENTATION DES PRÉ-ENSEIGNES EN AGGLOMÉRATION

Les pré-enseignes sont soumises aux mêmes règles que celles qui régissent la publicité :

- elles sont interdites dans les périmètres sensibles : sites classés, aux abords des monuments naturels, monuments historiques, AVAP, etc.,
- elles peuvent être apposées sur un mur aveugle (ou sur un mur possédant une ouverture < 0,50m²),
- leur surface unitaire ne doit pas dépasser 4m².

Noter que...

Une pré-enseigne dérogatoire ne peut être installée qu'hors agglomération, et n'est donc pas valable en agglomération.

À savoir !

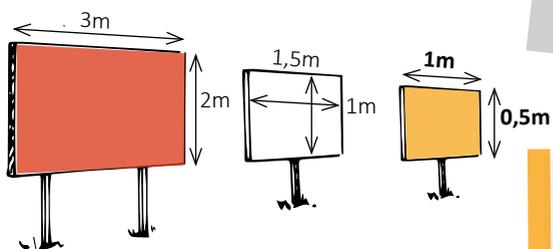
Les pré-enseignes ne doivent pas avoir un caractère publicitaire mais indiquer l'existence, la localisation, la proximité ou la direction de l'activité. Sur une pré-enseigne indiquant la localité de l'activité, il ne peut y être ajouté des données de direction ou de distance.

Préconisations

Limiter au maximum les pré-enseignes dérogatoires, et réfléchir à leur implantation au cas par cas. Privilégier la Signalisation d'Information Locale (p.19).

Dans le cas de l'installation d'une pré-enseigne ou pré-enseigne dérogatoire, il est préconisé :

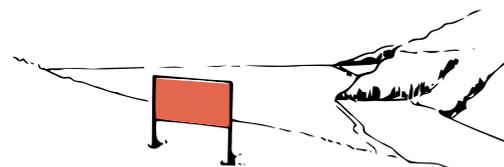
- De réfléchir à l'implantation des dispositifs pour **ne pas positionner les pré-enseignes dans un cône de visibilité d'intérêt**,
- De **positionner les pré-enseignes** sur un seul mât,
- De **limiter la taille des dispositifs** (1m x 0,5m),
- D'**adosser les dispositifs** à un mur, à la végétation,
- De **rester sobre** dans l'écriture et la couleur, d'utiliser des matériaux locaux tel que le bois.



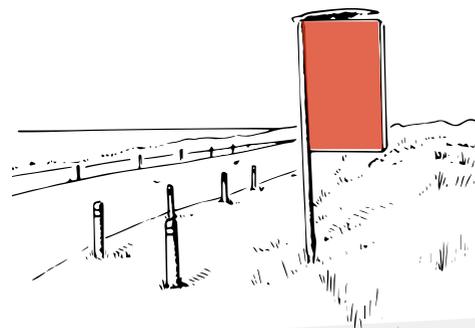
A Noter...

Outre l'aspect réglementaire, un amoncellement de dispositifs nuit au paysage et à l'information. Il faut donc veiller à limiter l'installation de ces dispositifs et, le cas échéant, réfléchir à leur implantation pour limiter l'impact visuel potentiellement négatif.

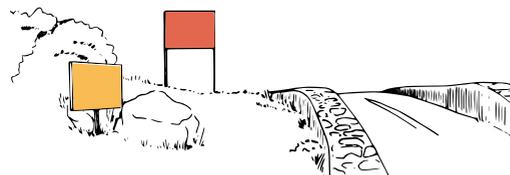
La taille autorisée est de 1m sur 1,5m, mais il est préconisé de réduire la taille des dispositifs à 50cm sur 1m, largement suffisante si le message est clair



Éviter d'implanter une pré-enseigne dans un cône de vue, un paysage ouvert et sur point haut...



Les paysages ouverts de lande sont particulièrement sensibles : limiter la hauteur des dispositifs, adosser à des éléments existants, utiliser des matériaux tel que le bois...

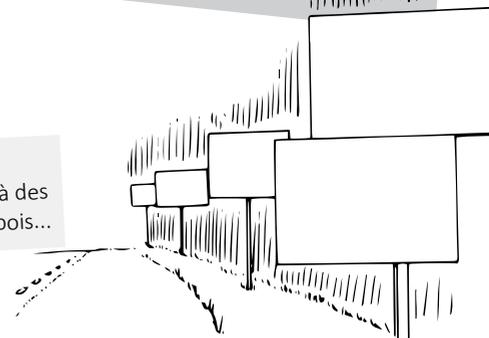


S'appuyer sur les éléments du paysage présents (roche, végétal, muret, haie, etc.) pour y adosser la préenseigne dérogatoire, plutôt que sur un point haut

Pour aller plus loin...

Des prescriptions fixées par une charte signalétique (taille, coloris, matériaux, graphisme) permettraient de réglementer les pré-enseignes dérogatoires au delà des règles du Code de l'Environnement. Ce travail pourrait être mené à terme au sein du Syndicat mixte du Grand Site.

Ces prescription d'harmonisation permettraient de réintroduire des pré-enseignes dérogatoires «produits du terroir», pour les activités de vente à la ferme, afin de mieux valoriser nos produits locaux et de privilégier nos circuits-courts.



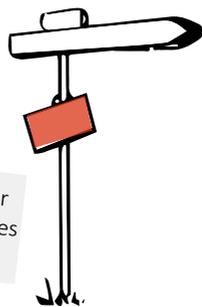
Limiter la hauteur et la taille des dispositifs, leur nombre, interdire des contenus publicitaires...

LES ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES TEMPORAIRES

Les enseignes et pré-enseignes temporaires sont définies en trois catégories selon la durée et la nature des événements qu'elles signalent :

- des manifestations exceptionnelles à **caractère culturel ou touristique**,
- des opérations exceptionnelles **de moins de trois mois**,
- des **opérations de travaux publics** ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, location ou vente de fonds de commerce, installées pour plus de trois mois.

Ces dispositifs peuvent être **installés au plus tôt trois semaines avant le début de la manifestation** qu'ils signalent et doivent être **retirés au plus tard une semaine après la fin de la manifestation** ou de l'opération.



L'affichage temporaire est interdit sur les panneaux routiers, ainsi que sur les arbres



Implantation

Ces dispositifs peuvent être mis en place en agglomération (dans le cas d'agglomération de moins de 10 000 habitants) et hors agglomération selon la réglementation.

LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

Les enseignes temporaires peuvent être installées **hors agglomération**. Elles sont soumises à autorisation lorsqu'elles sont installées dans les zones protégées.

LES PRÉ-ENSEIGNES TEMPORAIRES

Les pré-enseignes temporaires peuvent être scellées au sol **hors agglomération et hors domaine public, au moins à 5m du bord de la chaussée**, et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Leur dimension ne doit pas excéder **1m de hauteur et 1,50m de largeur**, et leur nombre est limité à **4 par manifestation ou opération**.

Implantation

Se reporter à la partie 'Cadre réglementaire' p.3 concernant les zones sensibles mentionnés à l'article L.581- 4 et L.581- 8.

Attention...

Distinguer bien les pré-enseignes temporaires de l'affichage associatif (p.23) !

Préconisations

Il n'est pas souhaitable de mettre en place des pré-enseignes temporaires hors agglomération, mais des solutions alternatives pour que les manifestations puissent se faire connaître sont proposées : les communes mettent en place des grilles pour **privilégier l'affichage associatif**.

- Il est préconisé de mettre en place les pré-enseignes et enseignes temporaires **le premier week-end avant l'événement**, et **d'enlever les dispositifs dès le lendemain**.

- Pour maîtriser ces dispositifs, la commune peut également proposer un service, en assurant la pose et le retrait des affiches sur grilles.



DES OUTILS ALTERNATIFS ?

01

LA SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE (SIL)

UNE ALTERNATIVE NÉCESSAIRE DEPUIS LA NOUVELLE RÉGLEMENTATION DU 13 JUILLET 2015

Suite à la restriction de l'utilisation des pré-enseignes dérogatoires définie par la Loi du 12 juillet 2010 et devant être appliquée à partir du 13 juillet 2015 (suppression de la plupart des pré-enseignes dérogatoires), les SIL présentent **une alternative et un complément pour mieux guider les usagers.**

Ce dispositif appelé également micro-signalétique, de petit format et composé de réglattes d'information, est mis en place sur le domaine public routier par les gestionnaires de voiries (Département, Communauté de communes, Commune). Son objectif est bien de **guider l'usager** en déplacement en signalant les services et équipements.

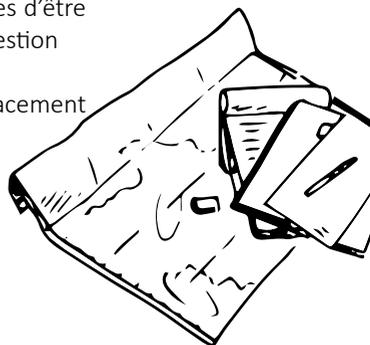
La SIL, soumise au Code de la Route, répond à des objectifs d'homogénéité, de lisibilité, de visibilité et de continuité. Il est possible de l'installer en et hors agglomération, et se décline en deux catégories :

- Les panneaux de pré-signalisation, implantés en amont d'une intersection,
- Les panneaux de signalisation de position, implantés en intersection.

LES ÉTAPES À LA MISE EN PLACE D'UNE SIL, DEUX TEMPS :

■ La réalisation d'un schéma directeur de signalisation d'intérêt locale, devant définir les services et équipements susceptibles d'être signalés par la SIL. Cette première étape répond donc à la question « **Qui signaler ?** »,

■ La description précise des panneaux et de leur emplacement sur le terrain, répondant à la question « **Comment signaler ?** ».



LES CATÉGORIES DE SERVICE ET D'ÉQUIPEMENT CONCERNÉS

Certains services et équipements sont signalables exclusivement avec des panneaux de signalisation directionnelle, d'autres exclusivement avec des panneaux de SIL, ou encore avec les deux. De plus tous les services et équipements signalables ne sont pas obligatoirement à signaler.

Pour en savoir plus, télécharger le guide technique sur la SIL réalisé par le CERTU en 2006.



Préconisations

La SIL pourrait à être homogénéisée sur le moyen terme au sein du territoire du Grand Site.

■ **Limiter le nombre de réglattes et regrouper au maximum par catégorie** pour une information plus lisible :

- > les **secteurs économiques** (restaurant, commerce, etc.)
- > les **services publics** (mairie, salle des fêtes, piscine, etc.)
- > les **sites de loisirs et sites naturels** (plages, pointes, etc.)

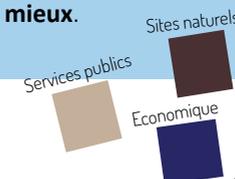
■ Respecter la composition :

Logo + catégorie + flèche de direction

- > Interdire l'ajout de numéro de téléphone, de distance et autres données,
- > Limiter à une ligne d'inscription par réglatte,
- > Couleur de police et de la flèche monochrome.

■ Veiller à la sécurité routière dans l'emplacement de la SIL. **Privilégier une gestion communale** des dispositifs et mise en place des réglattes.

■ Réaliser un **schéma de jalonnement pour optimiser les emplacements et signaler au mieux.**



Moins il y a de réglattes et d'écritures, et plus l'information sera lisible : limiter à 5 le nombre de réglattes



Il est préconisé d'utiliser une gamme de 3 coloris selon les catégories à signaler

Précisons...

Le Pays de St Brieuc a travaillé sur une homogénéisation de la SIL lors de l'élaboration du schéma directeur de la signalisation sur son territoire, en cohérence avec le schéma départemental. Erquy et Plurien ont pu bénéficier de la déclinaison de ce travail par la Communauté de communes Côte de Penthièvre, qui semble constituer une base intéressante pour l'unité du Grand site.

LES RELAIS INFORMATION SERVICE (RIS)

Un Relai Information Service est un outil de signalisation qui comporte une cartographie et des informations sur le territoire de la commune (rues, curiosités, services, itinéraires, etc.). Ce **point d'information** doit être visible et accessible, et pour cela se situer à proximité d'un point de stationnement, se situer en centre bourg, sur une aire de repos ou en entrée de zone d'activité.

Son rôle est d'informer les personnes en déplacement des services et activités de la zone concernée, et de permettre aux collectivités de signaler les points touristiques et culturels de leur territoire.



Préconisations

Il convient avant la mise en place d'un RIS de **réfléchir à son format et aux éléments sur lesquels on souhaite communiquer** : A quoi et à qui servira le RIS ? A quelle échelle veut-on se placer ? Quels éléments veut-on faire figurer et sous quelle représentation cartographique ? Quels supports ou matériaux adopter ? Comment signaler le RIS ? Où positionner le RIS ?

Pour qu'il soit attractif et utile, l'information doit être actuelle, le mobilier en bon état et localisé judicieusement. Privilégier des réglettes (et des pastilles) pour faciliter sa mise à jour.

Il est préconisé de **ne pas multiplier les RIS mais plutôt d'en optimiser les emplacements** sur les communes. Le cas échéant, on privilégiera des RIS de format assez réduit, sur table horizontale ou pupitre, pour limiter l'impact visuel. On recommande également des supports et matériaux sobres, s'intégrant au maximum à leur environnement.

LE MOBILIER URBAIN SUPPORTANT DE LA PUBLICITÉ ET DE L'AFFICHAGE CULTUREL

Le mobilier urbain, installé sur le domaine public, peut **accessoirement et facultativement** accueillir de la publicité dans des conditions spécifiques.

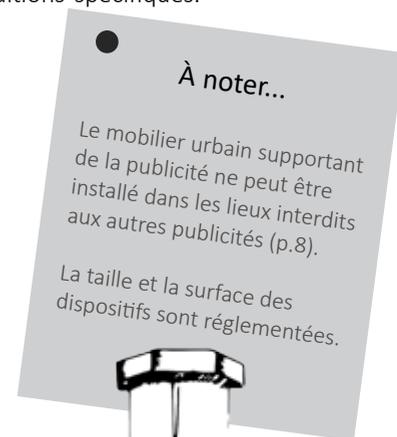
Cinq types de mobilier urbain sont ainsi concernés :

- Les abris destinés au public,
- Les kiosques à journaux,
- Les colonnes porte-affiches,
- Les mâts porte-affiches,
- Les panneaux recevant des informations non publicitaires, dont une face reçoit de la publicité.

Préconisations

Il est préconisé de **ne pas multiplier certains groupes de mobilier urbain** : les mâts porte-affiches, panneaux sucettes recevant de la publicité ne sont pas à privilégier, de même que les panneaux d'information numérique.

Au caractère très urbain les panneaux d'information ou sucettes s'intègrent souvent mal au sein des communes à caractère plus rural. De plus l'information est principalement dédiée aux grosses enseignes, plutôt qu'aux commerces de centre bourg...



Une colonne non vitrée (type colonne Morris) peut sembler intéressante en milieu plus urbain

La mise en place de ces dispositifs n'est pas irrévocable. Le contrat signé entre un afficheur et une municipalité peut être modifié/remis en cause si la commune souhaite retirer ces dispositifs du paysage.



L'AFFICHAGE ASSOCIATIF ET AFFICHAGE D'OPINION

Les communes doivent mettre en place **un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.**

Ces dispositifs constituent un support de communication pour toutes les associations locales ou pour la promotion d'activités locales ou de manifestations culturelles et touristiques. Ces emplacements sont réglementés et définis par arrêté du maire, et doivent être disposés **en agglomération**, de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre d'un emplacement destiné à cet affichage.

À savoir !

Dans les communes,
< 2000 habitants :

Surface minimale = 4m²

2 000 < habitants < 10 000 :

Surface minimale = 4m² + 2m²
(par tranche de 2 000 habitants)

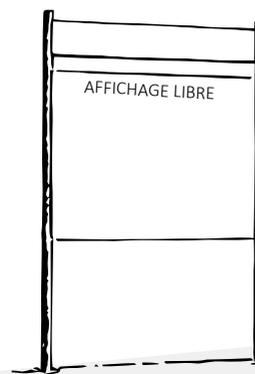


Accumulation de l'affichage en entrée d'agglomération : faible lisibilité des informations données et image peu valorisante de l'entrée d'agglomération

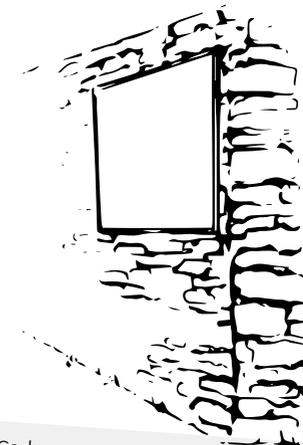
Préconisations

Privilégier une bonne répartition sur le territoire de ces dispositifs, et notamment les grilles basses permettant d'y adosser l'affichage associatif, les événements culturels, etc., **et faire en sorte qu'ils soient accessibles aux piétons.**

Un **cadre mural non vitré, un dispositif scellé au sol contre un mur** ou une **colonne de qualité** peuvent également être des solutions pour recevoir cet affichage, en remplacement et/ou en complément des grilles souvent utilisées par les collectivités .



Dispositif non vitré, scellé au sol et **apposé contre un mur**, à destination des habitants



Cadre mural non vitré, en cœur de bourg pour la promotion d'activités locales, la communication d'associations



Les communes ont choisi la pose de grille pour regrouper l'affichage. Limiter cependant leur nombre et leur surface, et réfléchir à des emplacements peu impactants



Il est important, quel que soit le dispositif, de le maintenir en état et l'information à jour !

Ne confondez pas...

L'**affichage municipal** qui est le plus souvent protégé sous vitrine ou mis en place sur des grilles par les agents municipaux, de l'**affichage libre** (également appelé affichage d'opinion ou affichage associatif), visible et accessible à tous !

Attention...

Ne pas multiplier les différents supports !
Il est également important d'harmoniser les supports d'information, au sein de la commune ainsi qu'entre commune...

LA SIGNALISATION DIRECTIONNELLE

Cette partie n'a pas pour objectif de détailler toute la réglementation liée à la signalisation routière, mais bien de **cibler les dispositifs pouvant être utilisés pour informer et guider**. La signalisation de direction est du ressort du gestionnaire de la voirie (le Département, la Communauté de communes ou la Commune). Concernant le Département, elle est régie par le Schéma directeur de signalisation directionnelle et touristique des Côtes d'Armor, qui prend appui sur le Code de la Route.

La signalisation routière, **implantée sur le domaine public**, regroupe entre autre, la signalisation de direction et de valorisation touristique, les Relais Information Service, la Signalisation d'Information Locale, les itinéraires touristiques et la signalisation des équipements touristiques.

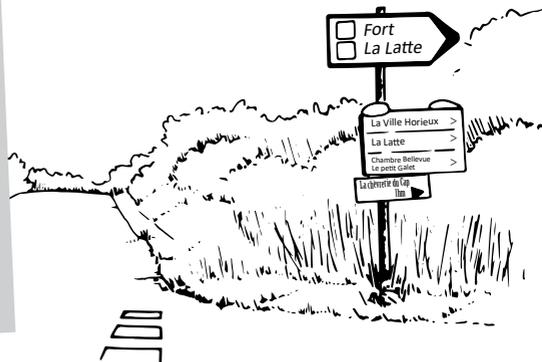
LA SIGNALISATION D'INTÉRÊT TOURISTIQUE

La signalisation d'intérêt touristique a pour vocation de guider l'utilisateur vers les curiosités culturelles et touristiques. Pour signaler un monument ou un site, un seul panneau par sens de circulation peut être installé, au total 4 maximum, dans la limite de 10 à 15km du lieu signalé.

A la date de rédaction de ce guide : *Les panneaux de signalisation des sites touristiques vont être retravaillés dans le cadre du Schéma directeur départemental de signalisation directionnelle et touristique des Côtes d'Armor. Les panneaux avec mentions en marron, pictogrammes du Département et autre pictogramme vont être remplacés à plus ou moins long terme par des panneaux avec mentions en noir et pictogramme unique.*

À noter !

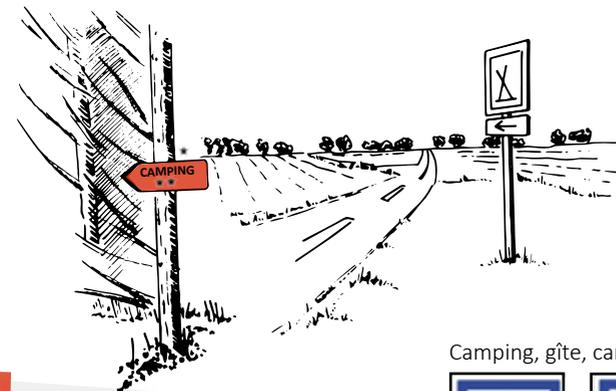
Pour rendre plus lisible l'information, les pictogrammes pouvant figurer sur les panneaux sont amenés à évoluer vers un panel plus restreint défini par le Schéma directeur départemental de signalisation directionnelle et touristique des Côtes d'Armor.



LA SIGNALISATION DES ÉQUIPEMENTS TOURISTIQUES

Les terrains de campings, gîtes ou hôtels ne bénéficient plus de pré-enseignes dérogatoires, mais l'utilisation d'idéogrammes, via la signalétique routière, est possible pour indiquer la présence de ces activités depuis la voie publique. Mais seuls les établissements homologués par l'État peuvent en bénéficier.

Ces panneaux, appelés jalonnement d'indication, ne peuvent pas comporter le nom de l'établissement ou du propriétaire, mais peuvent indiquer le nom du quartier ou du lieu-dit où se situe l'activité. Limité à 4 panneaux par lieu-dit, il est nécessaire de consulter le gestionnaire de voirie pour toute demande d'installation.



Sachez cependant...
Implantés au dernier carrefour, ces panneaux sont exclusifs de toute pré-enseigne ou Signalisation d'Information Locale. Ce qui signifie que la mise en place de cette signalétique implique la suppression des SIL ou pré-enseigne concernées.

Les campings et gîtes n'ont plus accès aux pré-enseignes dérogatoires mais peuvent utiliser la signalétique routière.

Camping, gîte, caravanning



Panneau CE4a

Panneau CE4b

Panneau CE4c

Panneau CE4d

LA SIGNALISATION DES LIEUX-DITS

La signalisation des lieux-dits ou des fermes peut être réalisée grâce à du jalonnement directionnel pour alléger les dispositifs de SIL hors agglomération.

Ces panneaux, de type D20, sont mis en place par le Département ou les Communes.



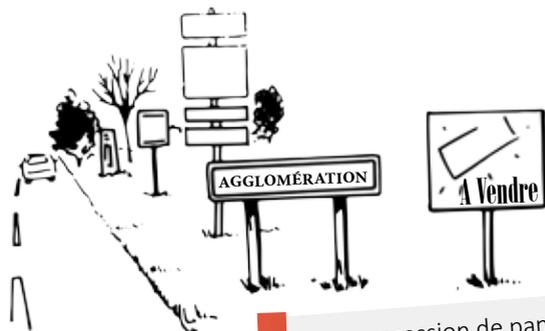
AUTRES ASPECTS LIÉS À LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

01

LES ENTRÉES D'AGGLOMÉRATION

Les entrées d'agglomération sont des **lieux stratégiques et sensibles** qu'il est nécessaire de préserver d'une multitude de panneaux de signalisation afin de les maintenir accueillant. L'information est d'autant mieux véhiculée qu'elle est ponctuelle. Une accumulation de signaux ou une succession de panneaux ne valorise pas l'entrée de village et les informations délivrées ne se démarquent pas les unes des autres.

Réglementairement, le panneau d'agglomération n'est pas censé être associé à d'autres panneaux, à l'exception d'un panneau de limitation de vitesse.

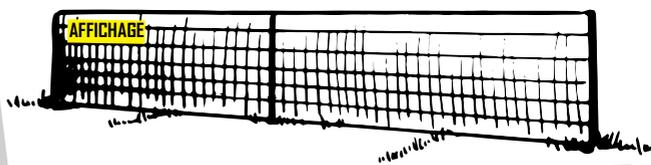


Une succession de panneaux nuit à l'entrée d'agglomération

À noter !

Soigner l'entrée d'agglomération qui constitue la première image donnée au visiteur de la commune !

Les entrées de bourgs et les «portes d'entrées du Grand Site» seront valorisées à moyen terme dans le cadre de l'Opération Grand Site.



Limiter le nombre et la surface des grilles en entrée d'agglomération, réfléchir à leur emplacement

Questionnement...

UN 'TOTEM' EN ENTRÉE D'AGGLOMÉRATION ? LE TOTEM DE PLURIEN

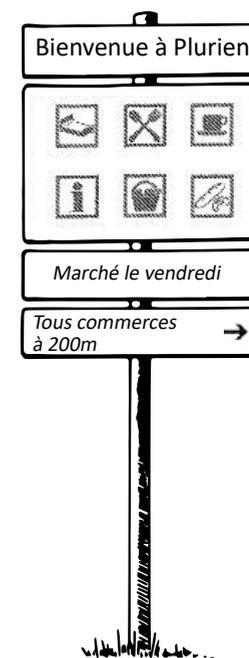
La Commune de Plurien a travaillé avec les services de l'État pour réfléchir à une solution concernant l'enclavement des commerces et services depuis la RD.

L'objectif de ce 'totem' avec pictogramme, dans ce contexte particulier, est de faire connaître les commerces et services présents dans la commune depuis la voie principale.

Ce dispositif, non réglementaire sauf dérogation, est une **alternative envisageable à la suppression des préenseignes, pour indiquer la présence des commerces et des services quand la voie principale ne permet pas d'y accéder.**

Le cas échéant :

- Limiter à 3 ou 4 le nombre de réglottes,
- Limiter à 6 le nombre de pictogrammes,
- Limiter le nombre de dispositifs et définir la localisation avec les services de l'État.



Panneau de signalisation directionnelle de voie à chaussées séparées.
Un tel dispositif est exclusif de toute pré-enseigne !

Attention...

Ce dispositif n'est pas un panneau d'entrée d'agglomération !

La mise en place potentielle de ce dispositif doit être discutée avec le gestionnaire de la voirie et les services de l'Etat !

LA SIGNALISATION ET L'INFORMATION SUR SITES NATURELS

La signalisation en site naturel doit être raisonnée. Les panneaux de signalisation et d'information cherchent à être **le moins impactant visuellement**, et leur place doit être **réfléchie pour bien communiquer sur l'espace**.

À noter !

Le Conseil Départemental 22, dans le cadre de sa politique Espaces Naturels Sensibles, a développé un certain type de panneaux de signalisation sur le Cap d'Erquy, dont la Commune de Plévenon a souhaité s'inspirer dernièrement, dans un souci de cohérence «Grand Site».

A court terme, dans le cadre de l'Opération Grand Site, des propositions seront formulées pour homogénéiser le mobilier sur les sites patrimoniaux.

Ceux-ci peuvent présenter différentes fonctions : définition des limites de l'espace protégé, rappel de la réglementation, gestion des flux, orientation, sensibilisation, etc. Les dispositifs doivent donc être de **format réduit, bien insérés** dans leur environnement, et **l'information délivrée ponctuelle**. De plus, il est important de soigner le mobilier et le graphisme utilisés puisque ceux-ci renvoient une première image du site naturel au public.

La signalisation sur site naturel nécessite une **démarche cohérente sur le territoire**. Il est ainsi préconisé d'homogénéiser format et mise en forme.

Boucles et Circuits

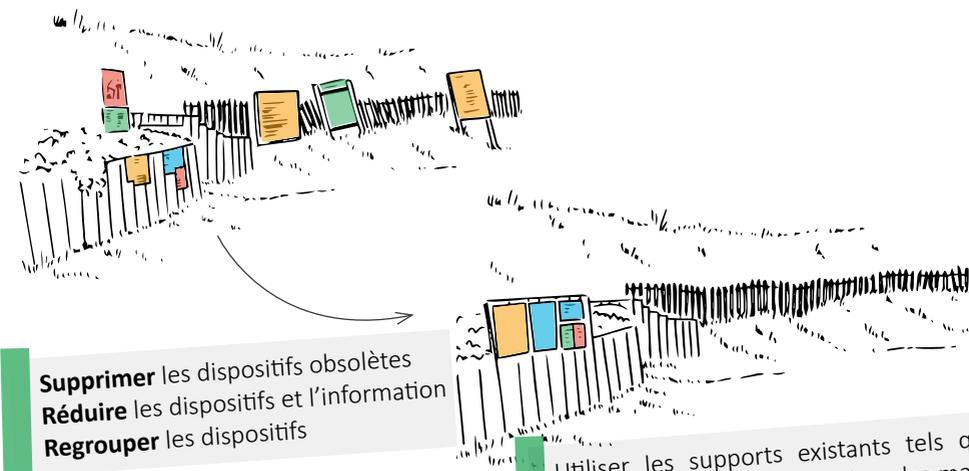


Questionnement...

COMMENT LIMITER L'IMPACT DES DISPOSITIFS AUX ENTRÉES DE PLAGE ?

Le sur-aménagement et la multiplication des dispositifs, matériaux, interventions banalisent nos paysages et perturbent la perception des lieux. Pensez à ménager nos espaces plus qu'à les aménager !

Panneaux de réglementation, d'information, de sensibilisation... L'accumulation des dispositifs et la présence de panneaux obsolètes nuisent aux entrées de plage et à l'information véhiculée. Les entrées de plage cherchent donc à être mieux valorisées, et les dispositifs concentrés et plus intégrés.



Utiliser les supports existants tels que les renforts en bois. Homogénéiser les matériaux et les supports sur les différentes plages



Privilégier l'utilisation des pictogrammes plutôt que de longs paragraphes qui ne seront pas lus



Les flash code, une alternative envisageable aux panneaux sur site

DISPOSITIF SOUMIS À DÉCLARATION ... OU AUTORISATION PRÉALABLE ?

Bien distinguer autorisations et déclarations préalables, qui présentent des finalités différentes... Dans les deux cas elles doivent être adressées à l'autorité de police compétence : le **Maire si la Commune est dotée d'un Règlement Local de Publicité (RLP)**, et le **Préfet si la Commune n'est pas dotée de RLP**.

DÉCLARATION PRÉALABLE

Est soumis à déclaration préalable, tout dispositif installé, remplacé ou modifié supportant de la publicité auprès du Préfet en l'absence de RLP sur le périmètre du Grand Site. Les pré-enseignes dont les dimensions excèdent 1m de haut ou 1,50m de large sont également soumises à déclaration préalable.

Formulaire !

Formulaire de déclaration préalable pour une publicité ou une enseigne, n°CERFA 14799*1, téléchargeable à :
<http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/R24288.xhtml>

AUTORISATION PRÉALABLE

L'installation d'un dispositif soumis à autorisation préalable dépend d'une autorisation délivrée par l'autorité compétente. Elle a pour objet de veiller à ce que le dispositif respecte les règles de format, d'implantation, d'intégration, etc.

Formulaire !

Formulaire de demande d'autorisation préalable pour une publicité ou une enseigne : n°CERFA 14798*1, téléchargeable à :

<http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/R24287.xhtml>

Est soumis à autorisation préalable :

- enseigne installée dans les secteurs sensibles ou couverts par un RLP,
- enseigne temporaire scellée ou implantée directement sur le sol, dans les secteurs sensibles.

LE RÔLE DES DIFFÉRENTS ACTEURS... DE MANIÈRE NON EXHAUSTIVE

LE RÔLE DE L'ÉTAT

Le Préfet et ses services de l'Etat veillent au respect de la réglementation en matière de publicité. Ils mènent une **action ciblée sur les grandes voies de circulation du département et notamment celles du Grand Site**. Ils informent, sensibilisent et ont un pouvoir de police. Pour toutes questions concernant la réglementation, ne pas hésiter à contacter la DDTM en amont de votre projet.

LE RÔLE DES COMMUNES

En l'absence de RLP, **bien que les Communes n'aient pas le pouvoir de sanctionner, elles peuvent se concerter avec les services de l'Etat** pour améliorer certaines situations localement. Elles peuvent mettre en place des outils alternatifs pour faciliter la signalisation des acteurs économiques (SIL, etc.) et elles doivent faire aménager sur le domaine public un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage associatif et d'opinion. De plus, le maire, après avis de la commission départementale des sites et du conseil municipal, peut interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, pittoresque ou historique.

LE RÔLE DU GRAND SITE

Dans le cadre de l'Opération Grand Site, le Syndicat mixte du Grand Site Cap Erquy - Cap Fréhel a un **rôle d'information et de sensibilisation**. A terme, **il veillera à davantage d'homogénéité dans les outils mis en place afin de tendre vers une «entité Grand Site»**.

À noter...

Depuis la nouvelle réglementation de 2015, la DDTM, les Communes et les acteurs économiques ont largement oeuvré pour limiter la place de la publicité dans le paysage du Grand Site.



LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)

Le RLP permet d'adapter le règlement national de la publicité (RNP) à un territoire et un contexte local. Une ou plusieurs zones sont ainsi définies où la réglementation sera plus restrictive que les prescriptions du règlement national. Il doit permettre de mieux prendre en compte le contexte particulier du site et de protéger le cadre de vie et les paysages.

En l'absence de RLP, c'est le Préfet qui est compétent en terme de demande d'autorisation et de police, alors que dans le cadre d'un **RLP, cette compétence revient au Maire**.

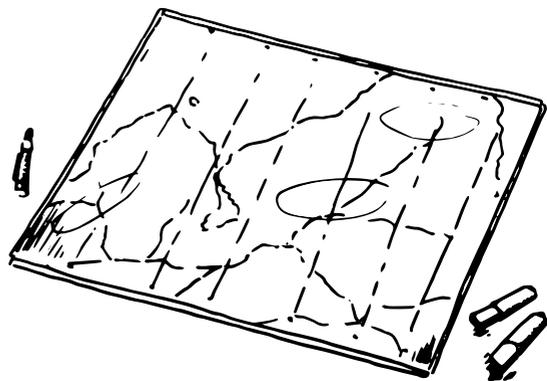
Si le Plan Local d'Urbanisme est transféré à l'intercommunalité, la décision de mettre en place un RLP (qui devient un RLPi) revient à celle-ci.

À savoir !

A ce jour il n'existe pas de RLP ou RLPi en cours sur le territoire.

Le RLP est pris à l'initiative de la Commune ou de l'EPCI.

Le RLP est annexé au Plan Local d'Urbanisme



LES COMMUNES S'ENGAGENT

ERQUY, PLURIEN, FRÉHEL, PLÉVENON, VERS UNE COHÉRENCE TERRITORIALE

Les Communes du territoire du Grand Site s'engagent à travailler de concert, et aux côtés des services de l'Etat en charge de la réglementation, pour limiter la place de la publicité, des enseignes et pré-enseignes dans le paysage. Elles veilleront également à rendre cohérente la signalisation et les dispositifs mis en place sur le territoire dans une optique d'«entité Grand Site», et afin de **concilier la préservation de nos paysages avec la promotion et la valorisation des activités économiques locales.**

LE GRAND SITE, UN RÔLE POSITIF POUR LE TERRITOIRE

*Ce guide a été conçu pour tous, afin d'aider et conseiller les élus, commerçants, artisans et habitants du territoire, à œuvrer pour un affichage de qualité. Le territoire du Grand site aspire en effet à se démarquer pour tendre vers une entité territoriale cohérente en vue de la labellisation Grand Site de France. **Un réel travail pour homogénéiser et simplifier les dispositifs doit être engagé, pour que la manière de se signaler reflète la valeur du territoire et de ses activités !***

Depuis quelques années, un travail mené conjointement entre les Communes, la Direction Départementale des Territoires et de la Mer et les acteurs économiques a permis de diminuer la pression visuelle exercée par l'accumulation des dispositifs.

Réel instrument de sensibilisation, ce guide ne se veut pas exhaustif mais propose une approche concrète et synthétique de la réglementation et des préconisations concernant notre territoire.



REMERCIEMENTS

Ce guide pratique sur la publicité au sein du territoire du Grand Site est le fruit d'un travail conjoint entre le Syndicat mixte Grand Site Cap d'Erquy - Cap Fréhel, les communes d'Erquy, Plurien, Fréhel et Plévenon, la Direction Départementale des Territoires et de la Mer, la Direction des Infrastructures du Conseil départemental, le CAUE22,...

Ce guide a pour vocation de sensibiliser à la réglementation de la publicité extérieure, d'avancer des préconisations pour concilier préservation de nos paysages et promotion de nos activités locales.

Publication du Syndicat mixte Grand Site
Cap d'Erquy - Cap Fréhel
Illustration et mise en page, Alix Chevalier

Imprimé en Côtes d'Armor par
l'imprimerie Roudenn Grafik, avec le soutien financier
de la DREAL Bretagne

Grand Site Cap d'Erquy - Cap Fréhel
16 rue Notre Dame - 22240 Plévenon
www.grandsite-capserquyfrehel.com

DDTM, référent publicité, Jean Richard
02.96.62.47.89

