

# Paysages du Gâtinais français

## **CONCEVOIR SON PROJET DE SIGNALÉTIQUE**

Guide du Parc naturel régional du Gâtinais français - Édition 2015



### **GUIDE À DESTINATION DES ÉLUS ET PORTEURS DE PROJETS**



Une autre vie s'invente ici

# SOMMAIRE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>LE PARC NATUREL RÉGIONAL DU GÂTINAIS FRANÇAIS</b>  | <b>4</b>  |
| PRÉSENTATION  |           |
| CARTE DES ENTITÉS PAYSAGÈRES  |           |
| <b>COMMENT UTILISER CE GUIDE ?</b>  | <b>6</b>  |
| L'ENTRÉE DANS LE GUIDE  |           |
| LA FICHE TYPE   |           |
| <b>1 IDENTIFIER LE TYPE D’AFFICHAGE RENCONTRÉ</b>   | <b>8</b>  |
| LA PUBLICITÉ  | 10        |
| De quoi s’agit-il ?   | 10        |
| Le cas des bâches   | 12        |
| LES PRÉENSEIGNES DITES « DÉROGATOIRES »   | 14        |
| De quoi s’agit-il ?   | 14        |
| Le cas des préenseignes temporaires   | 18        |
| LES ENSEIGNES   | 20        |
| De quoi s’agit-il ?   | 20        |
| Bien intégrer son enseigne aux paysages du Gâtinais   | 22        |
| Le cas des enseignes temporaires  | 28        |
| LA SIGNALISATION D’INFORMATION LOCALE (SIL)<br>ET LE RELAIS D’INFORMATION SERVICE (RIS)                                 | 30        |
| Quelles solutions proposer aux activités de ma commune qui<br>ne peuvent pas bénéficier d’une préenseigne dérogatoire ? | 30        |
| La SIL  | 30        |
| Comment bien implanter la SIL sur ma commune ?  | 31        |
| Le RIS  | 32        |
| LA MARQUE PARC  | 33        |
| <b>&gt;&gt;&gt; Entracte &gt;&gt;&gt; « Le test »</b>   | <b>34</b> |
| <b>2 CONSEILS TECHNIQUES</b>  | <b>36</b> |
| LES MATÉRIAUX : respecter le savoir-faire et l’environnement  | 36        |
| PRÉCISIONS SUR LE LETTRAGE  | 37        |
| PRÉCISIONS SUR L’ÉCLAIRAGE : optimiser et économiser  | 38        |
| <b>3 LES PROCÉDURES À SUIVRE POUR LES PORTEURS DE PROJET</b>  | <b>40</b> |
| <b>4 LES PROCÉDURES À SUIVRE POUR LES COMMUNES</b>  | <b>41</b> |
| <b>5 TABLEAU DE SYNTHÈSE DES PRINCIPALES RÈGLES CONCERNANT L’AFFICHAGE</b>  | <b>42</b> |
| <b>6 GLOSSAIRE</b>  | <b>44</b> |
| <b>7 MEMENTO LÉGISLATIF ET RESSOURCES</b>   | <b>46</b> |
| <b>8 SOLUTIONS DU TEST</b>  | <b>47</b> |

**PARC NATUREL RÉGIONAL DU GÂTINAIS FRANÇAIS**

Maison du Parc, 20 bd du M<sup>re</sup> Lyautey, 91490 Milly-la-Forêt

Tél. : 01 64 98 73 93 - Fax : 01 64 98 71 90

info@parc-gatinais-francais.fr - www.parc-gatinais-francais.fr

Rédaction, illustrations, photos : Clément Rouleau/PNRGF - Mise en page : Fabienne Cotté/PNRGF

Impression : Imprimith (Pringy) sur papier 100 % recyclé avec des encres végétales

# Édito

de Jean-Jacques Boussaingault

Président du Parc naturel régional  
du Gâtinais français



*Publicité, préenseignes et enseignes, parlons nous de la même chose ?*

*La complexité de la réglementation actuelle, les enjeux économiques de développement du territoire nous amènent à nous entendre sur la lecture des textes qui réglementent l'affichage.*

*Dans le cadre de l'application de la Charte du Parc et de l'agenda 21 local, tous les signataires se sont engagés dans un projet respectueux des grands enjeux du développement durable.*

*La mise en place par les activités du territoire et les communes du Parc d'un affichage optimisé, adapté et qualitatif répond à ces enjeux.*

LE + PARC

Anticiper ces questions avec les communes, en travaillant dès à présent la question de l'affichage de façon globalisée, pour répondre aux attentes des entreprises, dans un cadre légal et respectueux du cadre de vie.

## Comment ?

- Par l'accompagnement des communes, pour faire un état préalable des besoins réels en matière d'affichage et du potentiel de jalonnement communal (domaine public)
- Par la mutualisation des contacts avec l'expertise technique des services de l'État, du Conseil régional et des Conseils généraux compétents sur ces questions d'affichage et parfois gestionnaires des axes de déplacements.

En effet, le recours aux nouvelles technologies, par la création de sites internet pour la vente en ligne par exemple, sont autant d'adaptations stratégiques mises en place par certaines activités du Parc. L'objectif étant de répondre à leurs besoins de visibilité tout en s'inscrivant dans un territoire préservé.

La réalisation de ce guide a fait l'objet d'une large concertation, de la consultation des services compétents.

Le propos de ce guide est d'accompagner d'une part, les communes et les intercommunalités dans leur démarche de conseil auprès des activités et d'autre part, les porteurs de projets qui souhaiteraient mettre en place un affichage de qualité pour signaler leur activité.

Le projet de loi sur la biodiversité comprend un volet sur la publicité, il propose notamment un nouveau changement dans l'attribution de la mise en œuvre des procédures de retrait de l'affichage illégal. Ce texte devrait renforcer l'appui des services de l'État auprès des communes n'ayant pas choisi d'adopter un Règlement local de publicité ou RLP (cf. définition en page 44).

Dans ce contexte, il est essentiel de rappeler que la vigilance de tous reste requise, pour maintenir la qualité de notre cadre de vie, en maîtrisant l'affichage, quel qu'il soit.

Notre espace préservé constitue l'écrin dans lequel, les habitants, les touristes perçoivent les activités du territoire.

Pouvoir les identifier dans ce cadre paysager est indispensable au bon fonctionnement des activités. La recherche d'un affichage lisible, c'est-à-dire présent sans excès, est la contribution que nous pouvons demander aux entreprises voulant communiquer.

Ce guide propose aux communes un socle de démarche pour accompagner les activités dans le contexte du respect de la réglementation.



# LE PARC NATUREL RÉGIONAL DU GÂTINAIS FRANÇAIS

## PRÉSENTATION

Les Parcs naturels régionaux, créés il y a maintenant plus de 40 ans, concernent aujourd'hui 15 % de notre territoire où vivent 3, 8 millions d'habitants. Ils ont pour objectif de préserver un patrimoine naturel et culturel remarquable mais fragile. Leur mission est d'assurer un développement économique et social harmonieux de leurs territoires en s'appuyant sur le respect de l'environnement.

L'appellation « Gâtinais français » a une double explication : tout d'abord géologique, puisque ce territoire tirerait son nom des terres sablonneuses qui le composent, les « gâtines », propices aux clairières et aux landes, mais aussi historique, car il correspond à une partie de l'ancien Royaume de France.

Le réseau hydrographique, affluent de la Seine, s'écoule du sud vers le nord en recoupant ces

alignements. Il comprend trois rivières principales : l'Essonne, la Juine et l'École, mais le chevelu hydrographique est peu développé.

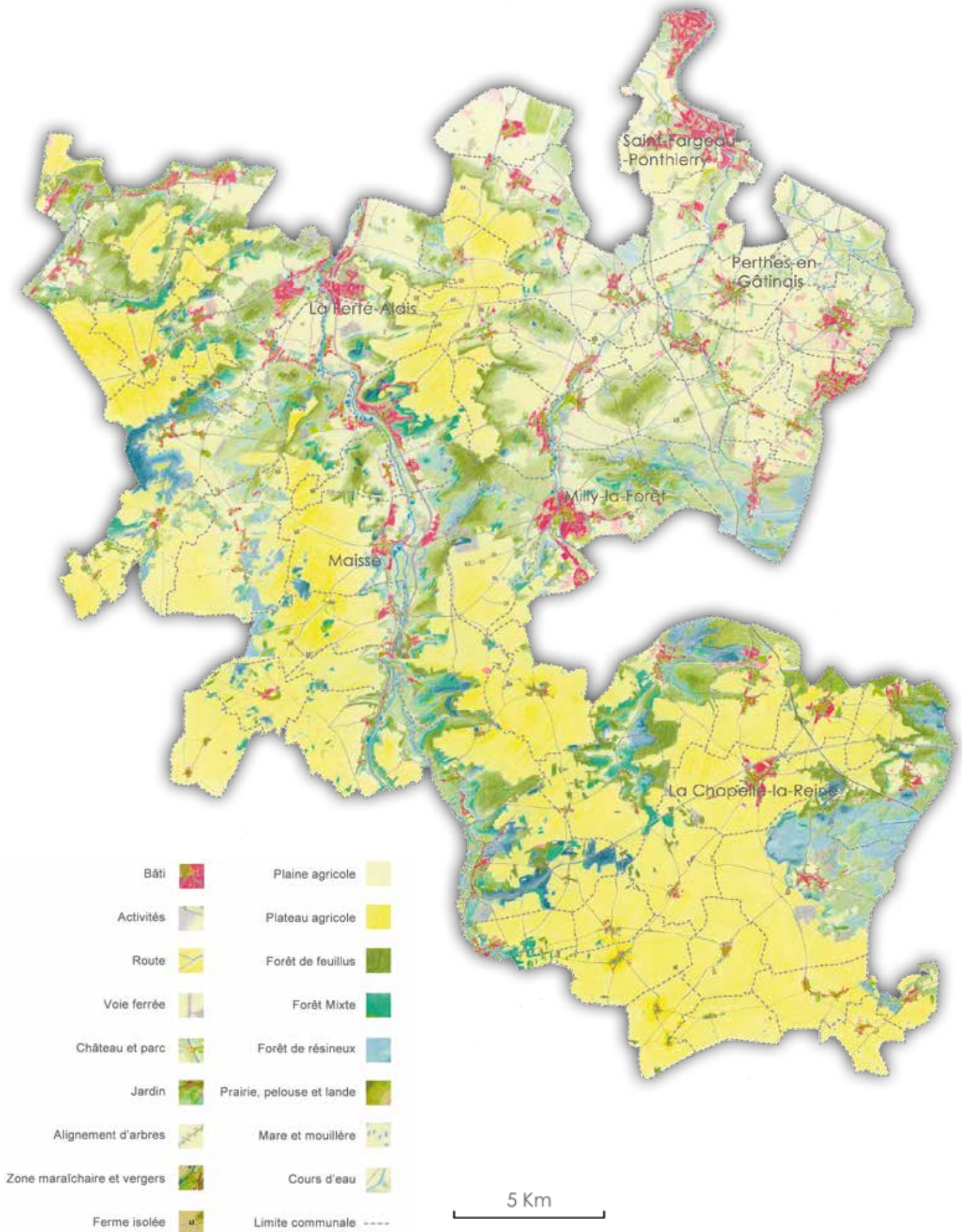
L'occupation des sols est répartie entre 55 % de terres agricoles, 33 % de bois et forêts, 8% d'urbanisation, 3 % de milieux naturels ouverts (platières gréseuses, pelouses calcicoles, landes, marais et tourbières) et 1 % de parcs et jardins. La forêt publique représente 20 % de la superficie boisée totale.

La biodiversité : une richesse exceptionnelle

Ce « pays des mille clairières et du grès » est composé de cinq types de milieux, où l'on trouve à chaque fois une flore, une faune et des paysages spécifiques. Ils sont représentatifs du Gâtinais français et contribuent à façonner son identité.



# LES ENTITÉS PAYSAGÈRES





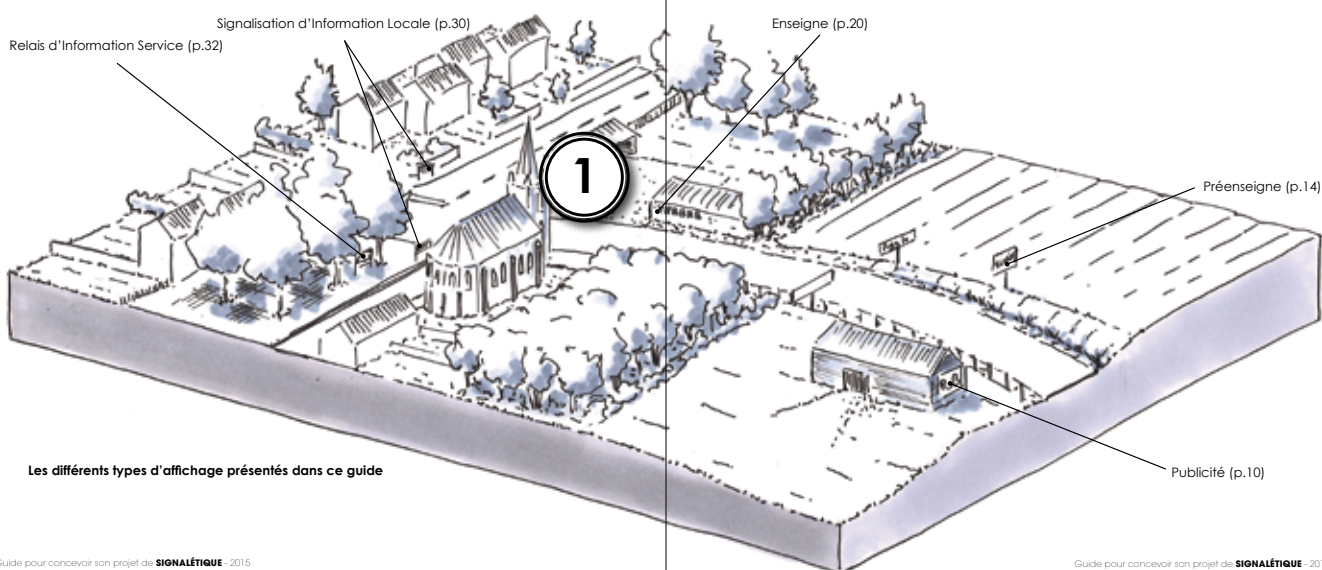
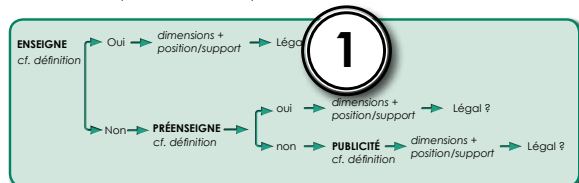
# COMMENT UTILISER CE GUIDE ?

## L'ENTRÉE DANS LE GUIDE

- 1 Tout d'abord, en parcourant le bloc paysager, identifier le ou les cas pressentis.
- 2 Ensuite se reporter à la définition du type d'affichage puis aux fiches correspondantes dans le guide pour en savoir davantage.
- 3 Au besoin, ne pas hésiter à contacter les services compétents (coordonnées en quatrième de couverture) pour exposer votre situation et vous faire conseiller.

### 1. IDENTIFIER LE TYPE D'AFFICHAGE RENCONTRÉ

À partir de la clef de détermination ou du bloc paysager, repérer le type d'affichage supposé, lire la définition et se reporter à la fiche correspondante.



#### Définitions

##### Publicité

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités ». p.10

##### Préenseigne

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image apposée à proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ». p.14

##### Enseigne

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ». p.20

##### SIL

« Signalisation d'Information Locale. Il s'agit d'un nouveau mode de signalisation qui ouvre des possibilités supplémentaires pour guider l'usager de la route vers les services et équipements susceptibles de l'intéresser dans son déplacement et situés à proximité de la voie sur laquelle il se déplace. » Elle est soumise aux règles fondamentales de la signalisation routière. p.30

##### RIS

Relais d'Information Service. « Un RIS est un mobilier urbain, implanté en ou hors agglomération sur le domaine public, ou privé de la commune, comportant une cartographie et une nomenclature des voiries et des activités présentes sur le territoire de la commune. » p.32

# LA FICHE TYPE

- ① Une ou plusieurs doubles pages par type d'affichage.
- ② Un texte détaillant les critères permettant de déterminer les caractéristiques ainsi que la légalité de l'affichage.
- ③ Un ou plusieurs blocs paysagers exposent les situations les plus couramment rencontrées.
- ④ Des photos illustrent des cas concrets rencontrés sur le territoire du Parc.

## LA PUBLICITÉ

**De quoi s'agit-il ?**  
Tous les dispositifs qui ne peuvent être considérés comme des enseignes ou préenseignes. Elle fait passer un message promotionnel sur un produit, une marque, un supermarché etc.

**Le régime général interdit la publicité (Règlement National de la Publicité) en dehors des agglomérations (art L.581-7 du Code de l'environnement) et interdit également la publicité dans les agglomérations lorsqu'elles se situent dans un Parc naturel régional (art L.581-8 du Code de l'environnement).**

**Quelles formes ?**  
Panneaux, bâches, banderoles, affiches, ...

**Implantation**  
Elle peut-être scellée au sol, à un mur...

**Un exemple courant de confusion :**  
une enseigne implantée sur la parcelle voisine de l'activité pour des questions de visibilité, devient une publicité et de ce fait est interdite dans les Parcs naturels régionaux.

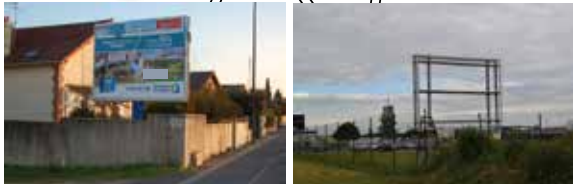
1

L'ESSENTIEL :  
DANS UN PARC  
NATUREL RÉGIONAL

LA PUBLICITÉ EST  
**INTERDITE**

EN ET HORS  
AGGLOMÉRATION

4

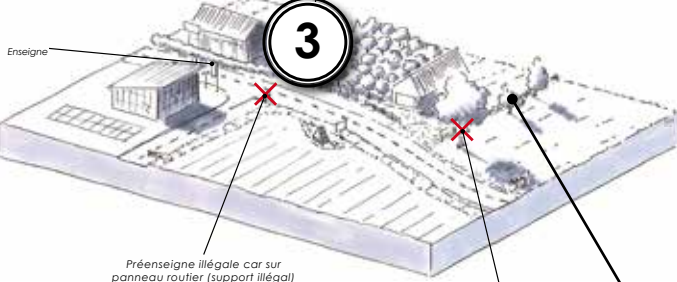


**LA PUBLICITÉ**

**HORS agglomération**

« Chaussures-Boutique : 15 € la paire  
2<sup>e</sup> feu à droite »  
Publicité car annonce une activité non dérogatoire

3

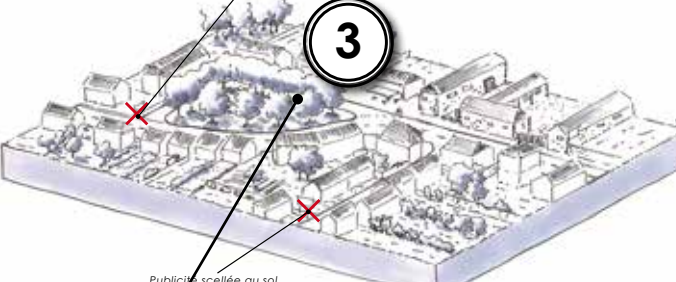


Enseigne

Préenseigne illégale car sur panneau routier (support illégal)

Préenseigne illégale car sur un arbre (support illégal)

3



Publicité temporaire (bâche) illégale si message publicitaire

Publicité scellée au sol > illégale dans un Parc

**EN agglomération**

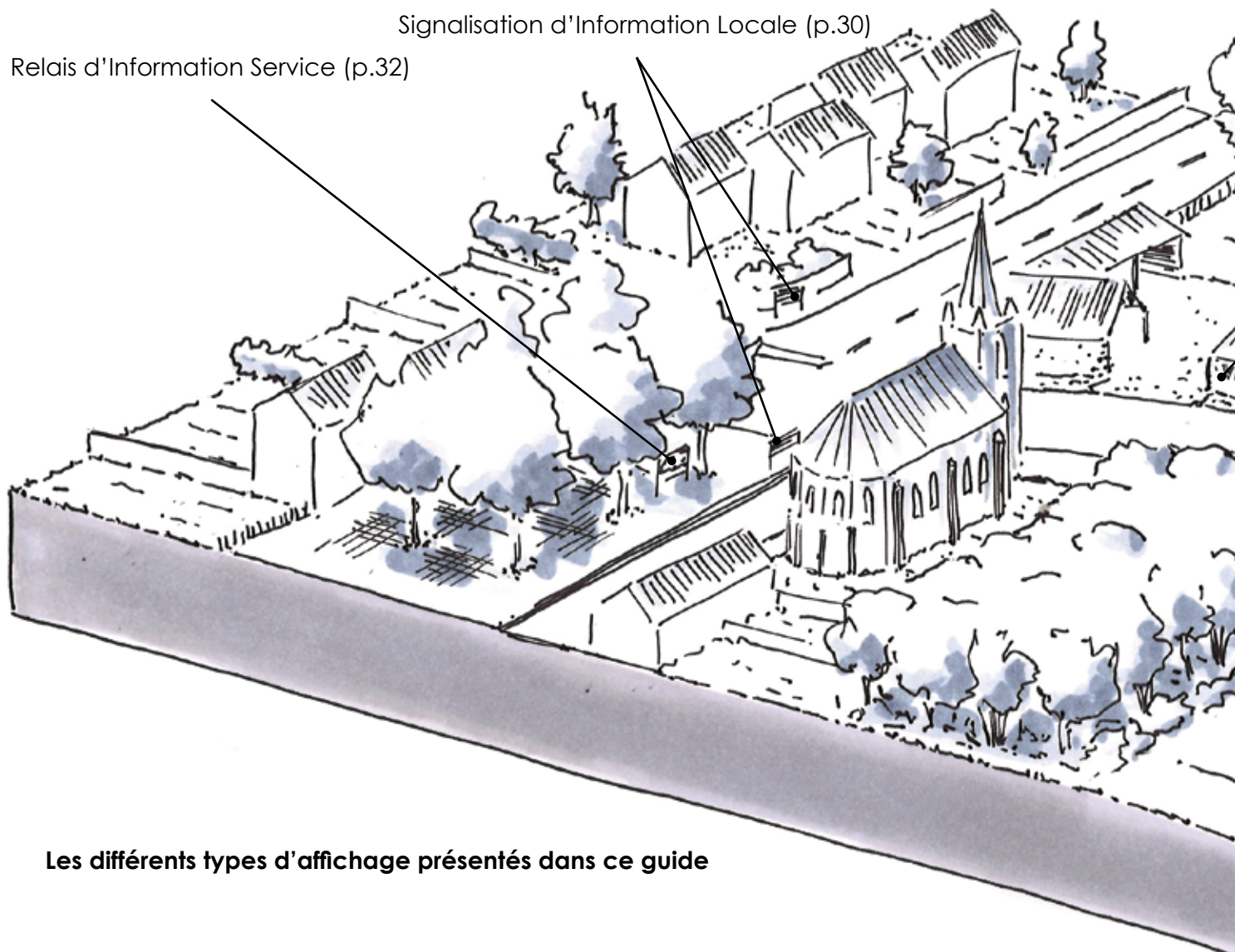
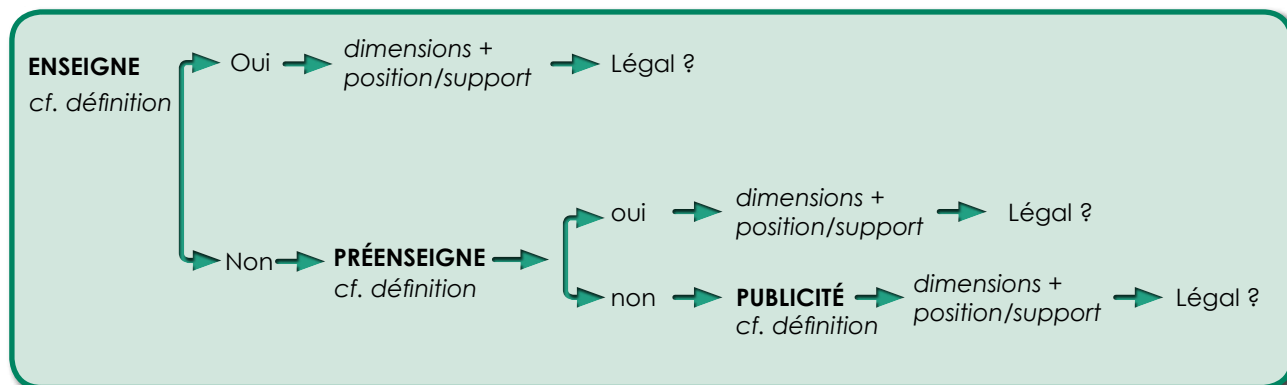
10 | Guide pour concevoir son projet de SIGNALÉTIQUE - 2015

Guide pour concevoir son projet de SIGNALÉTIQUE - 2015 | 11

Mise en situation

# 1. IDENTIFIER LE TYPE D’AFFICHAGE RENCONTRÉ

À partir de la clef de détermination ou du bloc paysager, repérer le type d’affichage supposé, lire la définition et se reporter à la fiche correspondante.



Les différents types d’affichage présentés dans ce guide



## Définitions

### Publicité

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ». **p.10**

### Préenseigne

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ». **p.14**

### Enseigne

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ». **p.20**

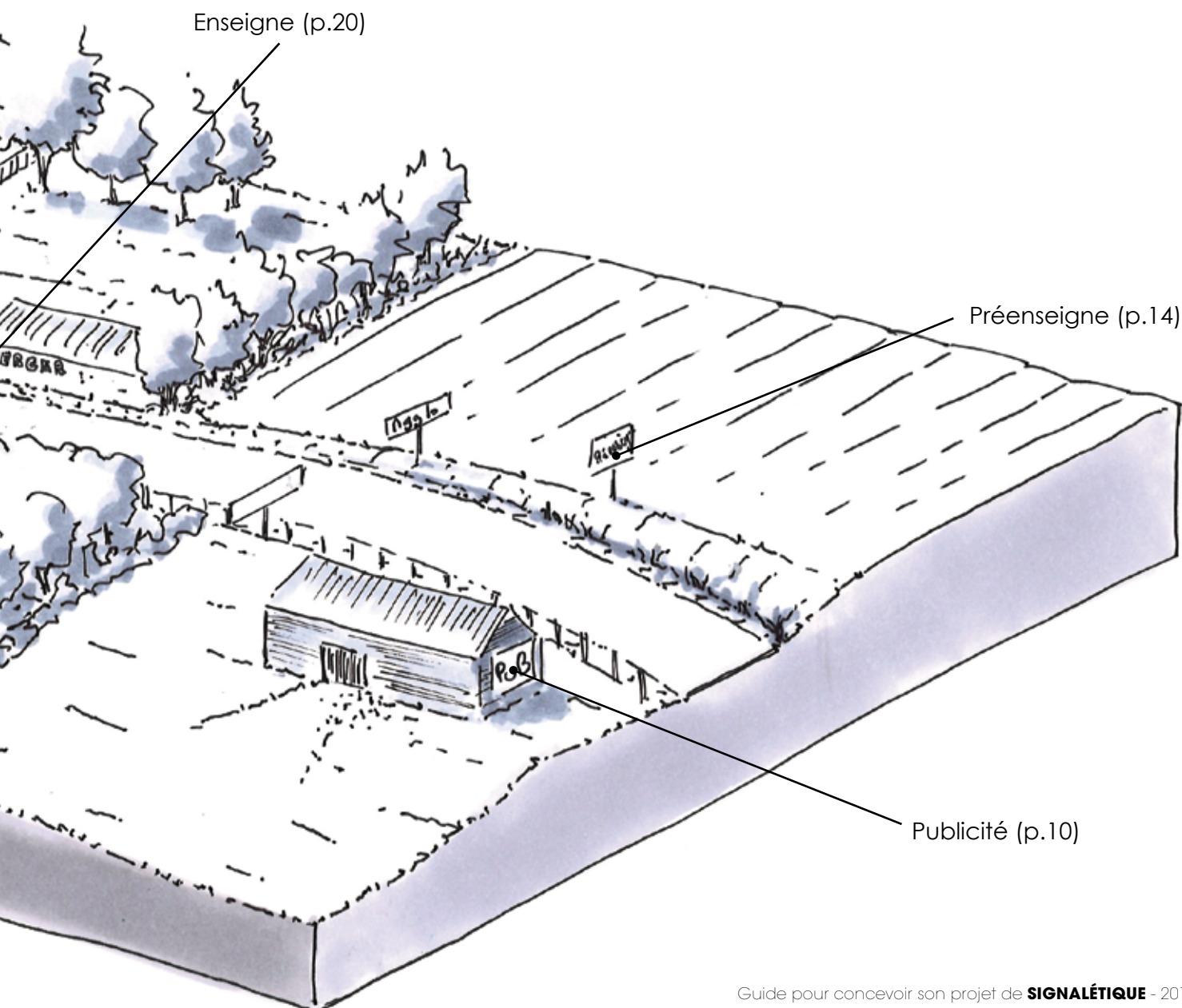
### SIL

« Signalisation d'Information Local. Il s'agit d'un nouveau mode de signalisation qui ouvre des possibilités supplémentaires pour guider l'usager de la route vers les services et équipements susceptibles de l'intéresser dans son déplacement et situés à proximité de la voie sur laquelle il se déplace ».

Elle est soumise aux règles fondamentales de la signalisation routière. **p.30**

### RIS

Relais d'Information Service. « Un RIS est un mobilier urbain, implanté en ou hors agglomération sur le domaine public, ou privé de la commune, comportant une cartographie et une nomenclature des voiries et des activités présentes sur le territoire de la commune ». **p.32**



# LA PUBLICITÉ

## De quoi s'agit-il ?

Tous les dispositifs qui ne peuvent être considérés comme des enseignes ou préenseignes. Elle fait passer un message promotionnel sur un produit, une marque, un supermarché etc.

**Le régime général interdit la publicité (Règlement National de la Publicité) en dehors des agglomérations (art L.581-7 du Code de l'environnement) et interdit également la publicité dans les agglomérations lorsqu'elles se situent dans un Parc naturel régional (art L.581-8 du Code de l'environnement).**

## Quelles formes ?

Panneaux, bâches, banderoles, affiches, ...

## Implantation

Elle peut-être scellée au sol, à un mur...

## Dimension

Les dimensions les plus courantes des panneaux publicitaires sont de **4x3 mètres**.

Attention, il ne faut pas confondre les panneaux publicitaires avec les enseignes, malgré leur apparence commune !

## Comment faire la différence ?

**La publicité n'est pas implantée sur le lieu de l'activité qu'elle décrit, à l'inverse de l'enseigne, qui doit se trouver sur l'unité foncière de l'activité qu'elle annonce.**

Une vigilance accrue est donc nécessaire, pour bien conseiller les activités situées sur le territoire du Parc.

### Un exemple courant de confusion :

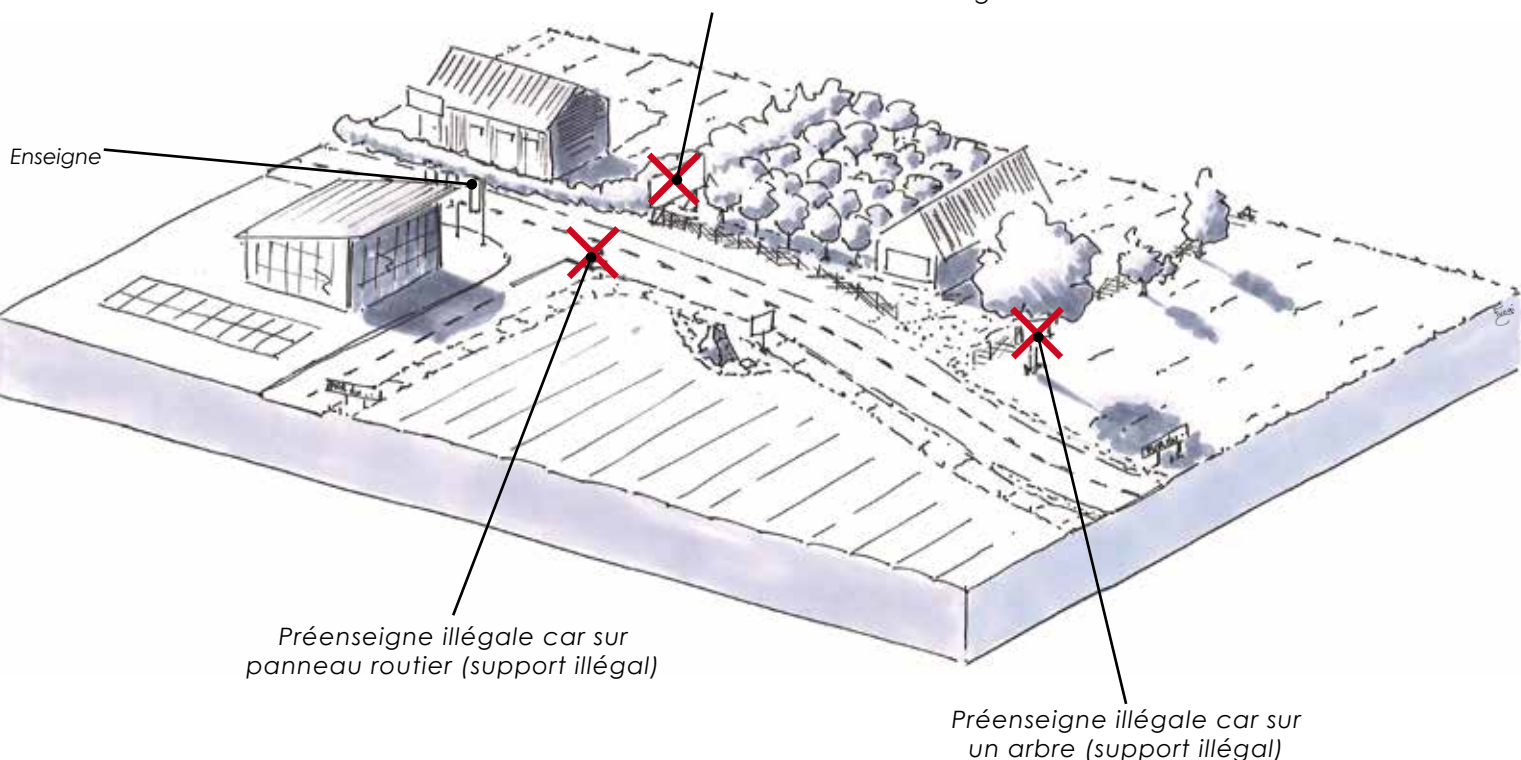
une enseigne implantée sur la parcelle voisine de l'activité pour des questions de visibilité, devient une publicité et de ce fait est interdite dans les Parcs naturels régionaux.

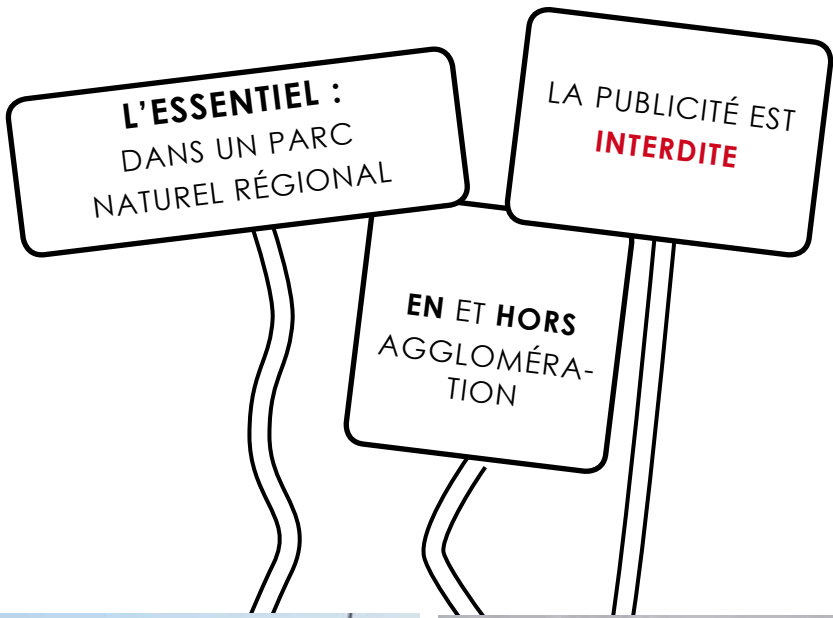
## LA PUBLICITÉ

### HORS agglomération

« Chaussures-Boutique : 15 € la paire  
2<sup>e</sup> feu à droite »

Publicité car annonce une activité non dérogatoire





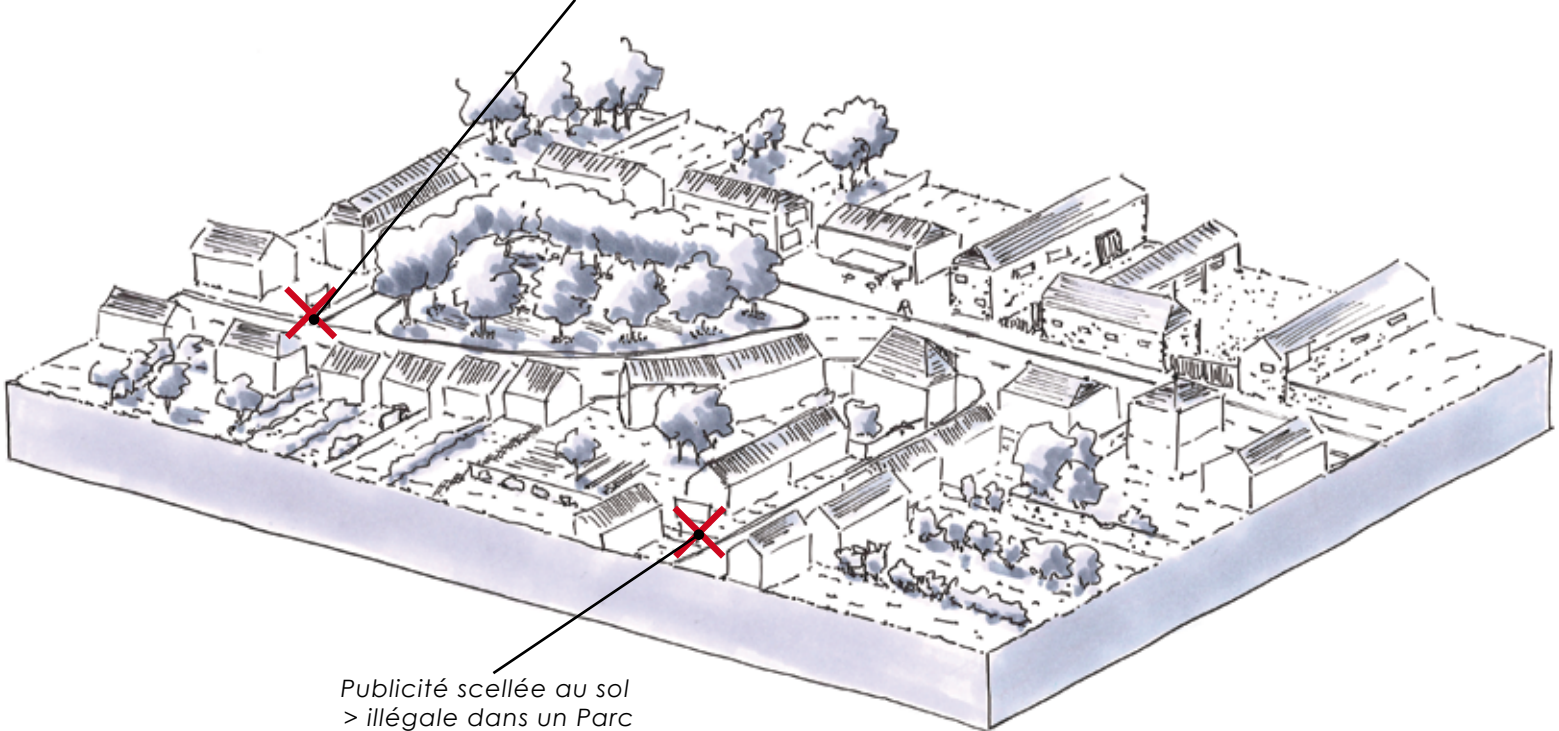
Publicité dans un jardin, photo prise hors du Parc.



Ancienne structure accueillant un panneau publicitaire 4 m x 3 m.

## EN agglomération

Publicité temporaire (bâche) illégale si message publicitaire



Publicité scellée au sol > illégale dans un Parc



## ■ Le cas des bâches

### Elles sont définies en deux catégories :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux ».
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

### Les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants.

Pour les bâches publicitaires, la décision d'autorisation revient au maire même si la commune n'est pas soumise à un Règlement Local de la Publicité\* (RLP).

### Implantation

Les bâches de chantier ne doivent pas constituer une saillie supérieure à 0,50 m du mur et dépasser de leur support (article L.581-54). Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles

supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération.

### Dimensions

Elles ne sont pas fixées puisque les autorisations sont délivrées au cas par cas.

La surface de la publicité apposée sur la bâche doit être < 50% de la surface de la bâche.

### Exception

Dans le cas de travaux permettant à l'immeuble d'obtenir le label BBC rénovation (autorisation du maire pour accroître la surface autorisée).

Le maire ne peut se prononcer sur le contenu du message publicitaire et les autorisations sont à étudier au cas par cas.

### Les compétences en présence ou non d'un RLP\*

|                          | En l'absence d'un RLP(i) | En présence d'un RLP(i)    |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Compétence d'instruction | Maire au nom de l'Etat   | Maire au nom de la commune |
| Compétence de police     | Préfet                   | Maire                      |

Source Ministère de l'Écologie

Lors du renouvellement ou du remplacement d'une publicité sur bâches, une déclaration préalable est exigée. Dans ce cas, la déclaration préalable est adressée à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L581-14-2.

Source Ministère de l'Écologie

\* cf. glossaire page 44



Bâche publicitaire nécessitant une autorisation du maire.



Accumulation de bâches qui peuvent être considérées comme des enseignes temporaires.

Dispositifs autorisés mais nuisant à la qualité des paysages.



Événement local :  
préenseigne temporaire sur bâche.

# LES PRÉENSEIGNES DITES « DÉROGATOIRES »

## De quoi s'agit-il ?

Les préenseignes indiquent la proximité d'une activité. Elles ont une **fonction d'orientation**, sans pour autant faire partie de la signalisation directionnelle. De manière générale, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (**art. L.581-19 du Code de l'environnement**) à deux exceptions près :

- les préenseignes dites « dérogatoires » traitées ici ;
- les préenseignes temporaires (**cf. p.18**).

L'entrée en vigueur des dispositions prises dans la loi ENE en juillet 2015 à pour effet de réduire le nombre de préenseignes autorisées. Les activités pouvant bénéficier de préenseignes dérogatoires seront limitées aux activités en relation avec la **fabrication ou la vente de produits du terroir** par des entreprises locales, les **activités culturelles** et les **monuments historiques classés ou inscrits** ouverts à la visite.

Une alternative aux préenseignes est à étudier dès maintenant, pour la localisation d'activités de ce type.

## Activités pouvant bénéficier de préenseignes dérogatoires

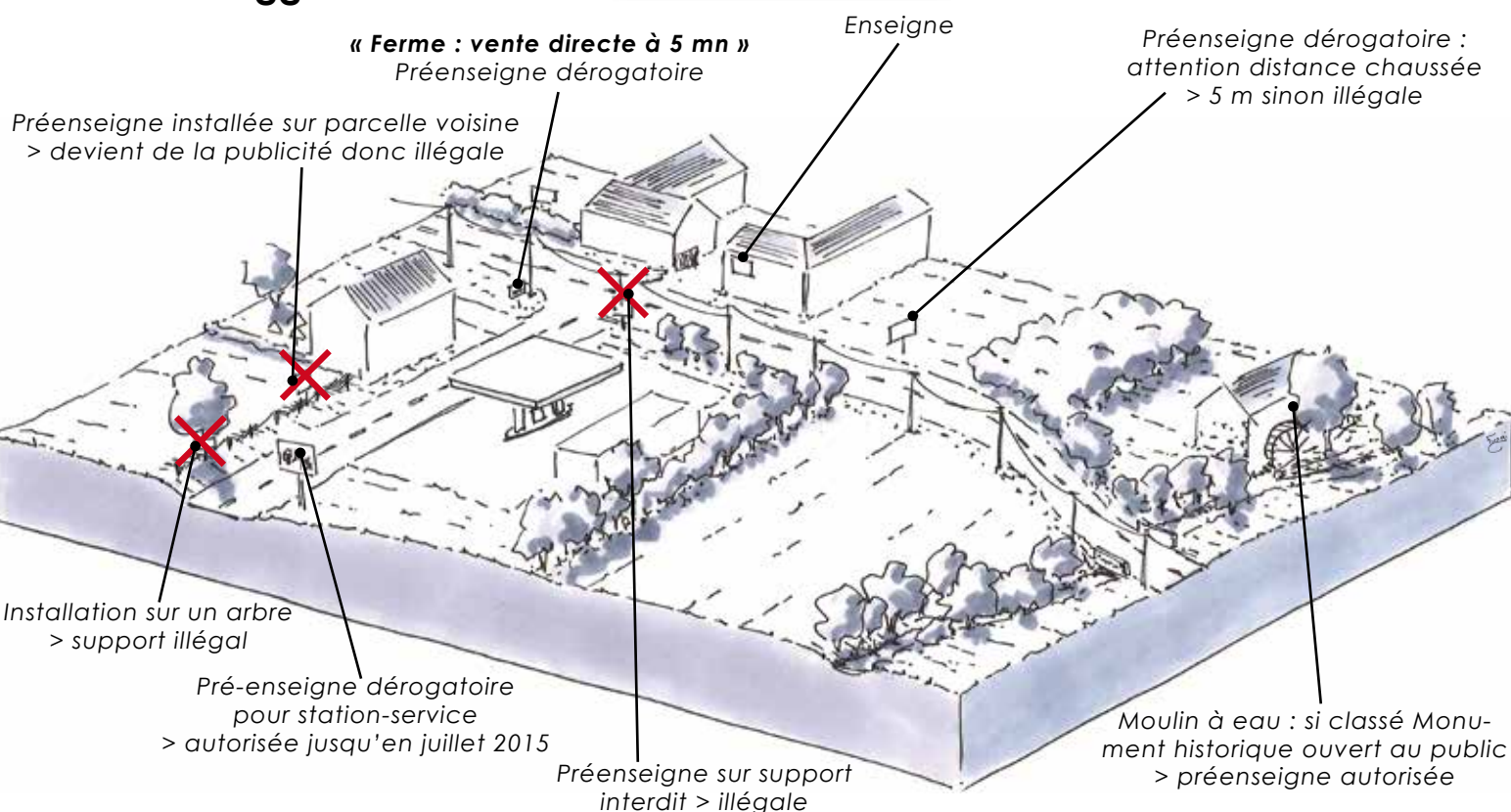
Sera supprimé en juillet 2015

|  | Nombre            |                       | Distance          |                       |
|--|-------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|
|  | Jusqu'au 12/07/15 | A compter du 13/07/15 | Jusqu'au 12/07/15 | A compter du 13/07/15 |
| Activité particulièrement utile aux personnes en déplacement (hôtels, restaurants, garages, stations-services) | 4                 | 0                     | 5 km              | sans objet            |
| Service public d'urgence (hôpitaux et pompiers assurant les urgences)  | 2                 | 0                     | 5 km              | sans objet            |
| Activité s'exerçant en retrait de la voie publique   | 2                 | 0                     | 5 km              | sans objet            |
| Vente de produits du terroir   | 2                 | 2                     | 5 km              | 5 km                  |
| Monument historique classé ou inscrit ouvert à la visite   | 4                 | 4                     | 10 km             | 10 km                 |
| Activité culturelle (spectacles cinématographiques ou vivants, enseignement et exposition des arts plastiques) | sans objet        | 2                     | sans objet        | 5 km                  |

Source Ministère de l'Écologie

## LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

### HORS agglomération

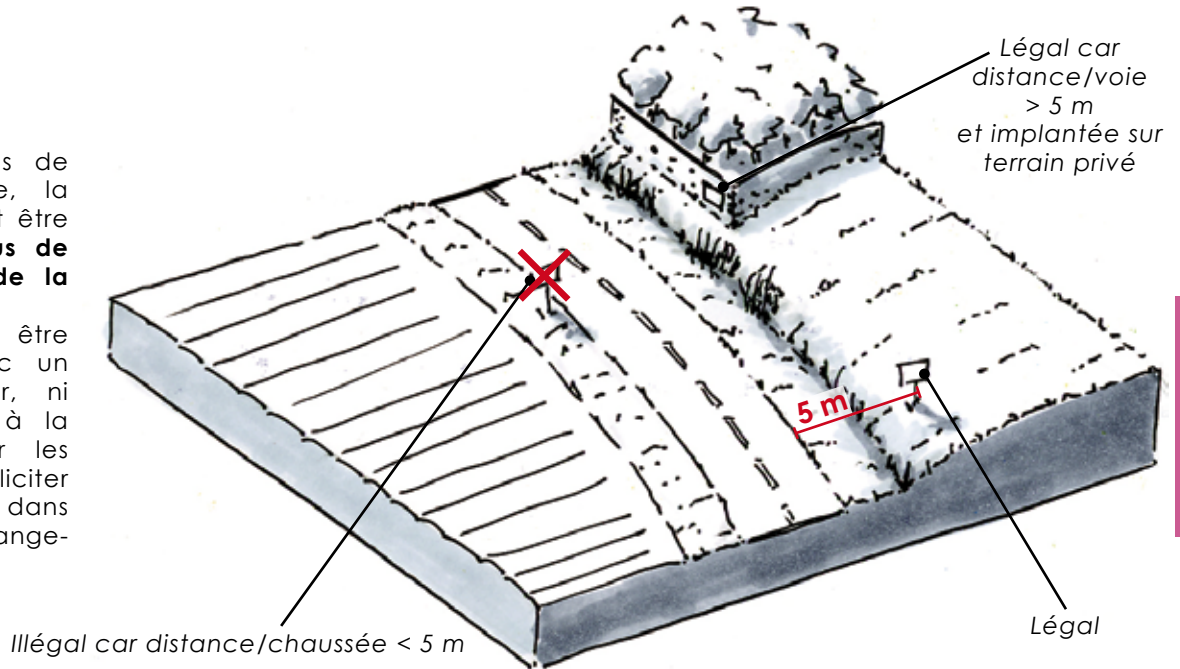




## Implantation :

Pour des raisons de sécurité routière, la préenseigne doit être **implantée à plus de 5 m du bord de la chaussée**.

Elle ne doit pas être confondue avec un panneau routier, ni porter atteinte à la visibilité, éblouir les usagers, ou solliciter leur attention dans des conditions dangereuses...



Illégal car distance/chaussée < 5 m

Légal



Ensemble désordonné et contenant des préenseignes illégales car non dérogatoires (piscines et lavage-auto).

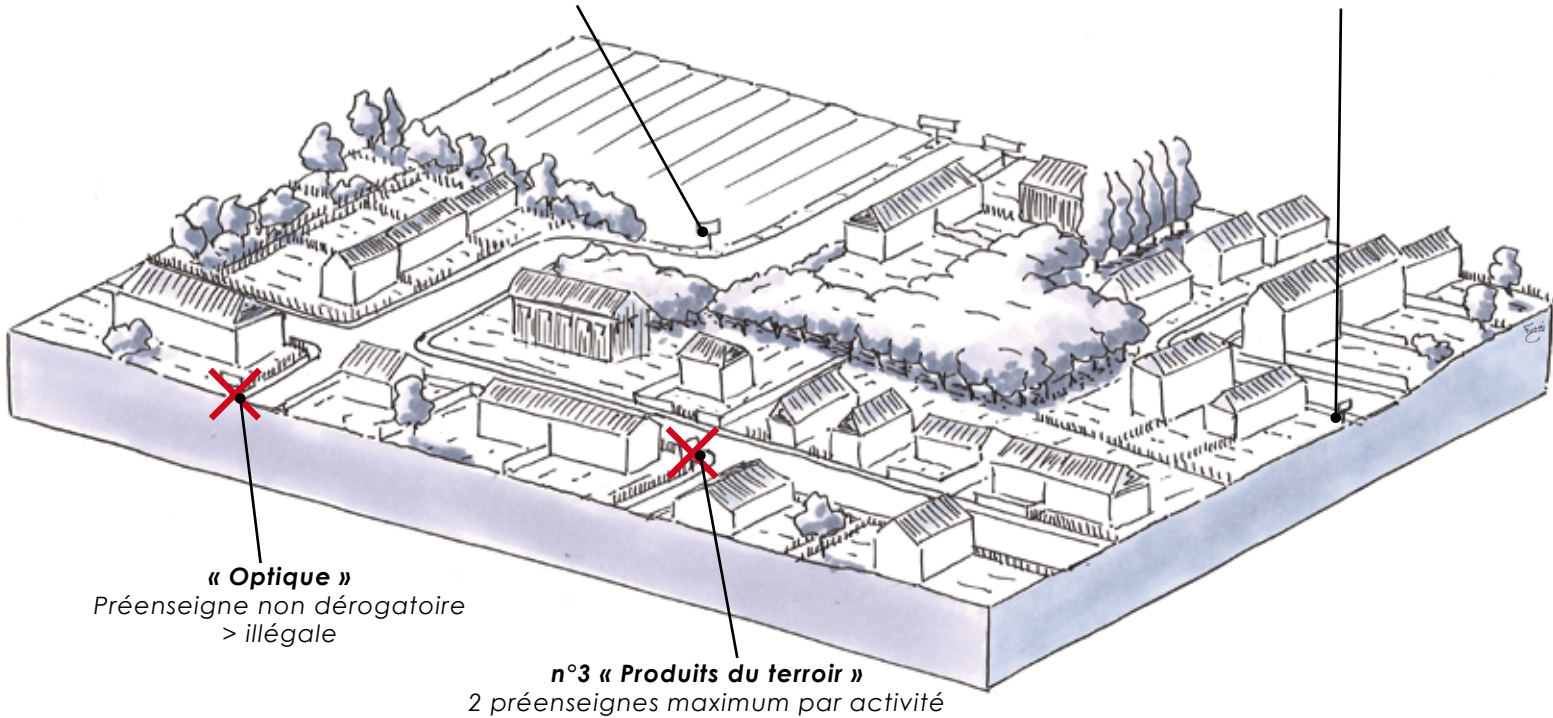


Préenseigne dérogatoire pouvant perdurer après juillet 2015 (vente de produits du terroir).

## EN agglomération

**n°1 « Produits du terroir »**  
2 préenseignes maximum par activité

**n°2 « Produits du terroir »**  
2 préenseignes maximum par activité



**« Optique »**  
Préenseigne non dérogatoire > illégale

**n°3 « Produits du terroir »**  
2 préenseignes maximum par activité

**Les préenseignes « dérogatoires » peuvent donc s'installer en dehors des agglomérations.**

Toutes les communes du Parc sont soumises à l'interdiction des dispositifs scellés au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants sauf Saint-Fargeau-Ponthierry et Pringy (**art R.581-66 et R.581-67 du Code de l'environnement**).

La commune de Saint-Fargeau-Ponthierry fait partie de l'aire urbaine de Paris comme Pringy bien qu'elle compte moins de 10 000 habitants.

**Remarques**

Les préenseignes de supermarché sont considérées comme dérogatoires si elles indiquent avec un logo qu'une station-service est ouverte 24h/24 et que celle-ci fait partie intégrante de l'activité du magasin. La présence d'une cafétéria est également considérée comme une activité dérogatoire.

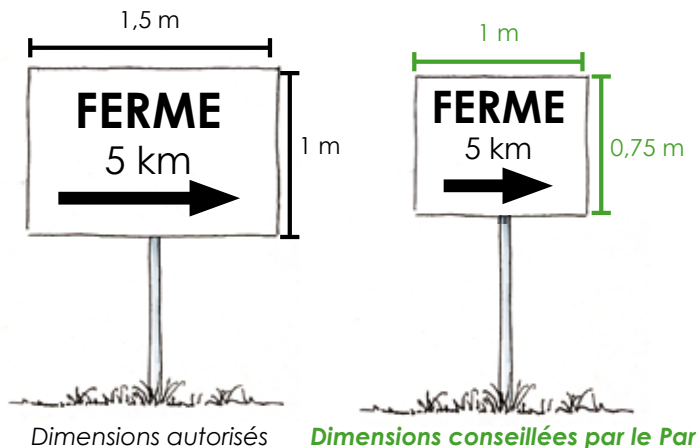
À partir du 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être installées qu'hors agglomération.

*Source Ministère de l'Écologie*

\*cf. glossaire page 44

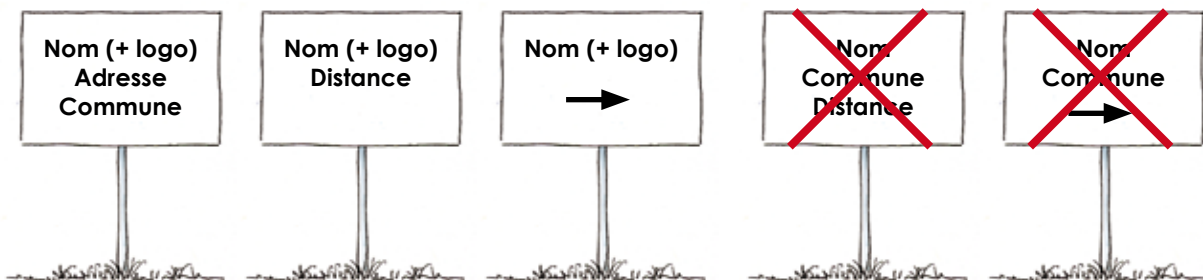
**Dimensions**

1 m de haut sur 1,5 m de large maximum.



**Messages autorisés**

- > le type d'activité,
- > le nom de l'établissement avec éventuellement son identité graphique, son adresse,
- > la distance et/ou la direction (il est interdit de mettre ensemble : la localité suivie d'une flèche de direction, la localité suivie de la distance).



**Formes interdites**



**L'ESSENTIEL :**

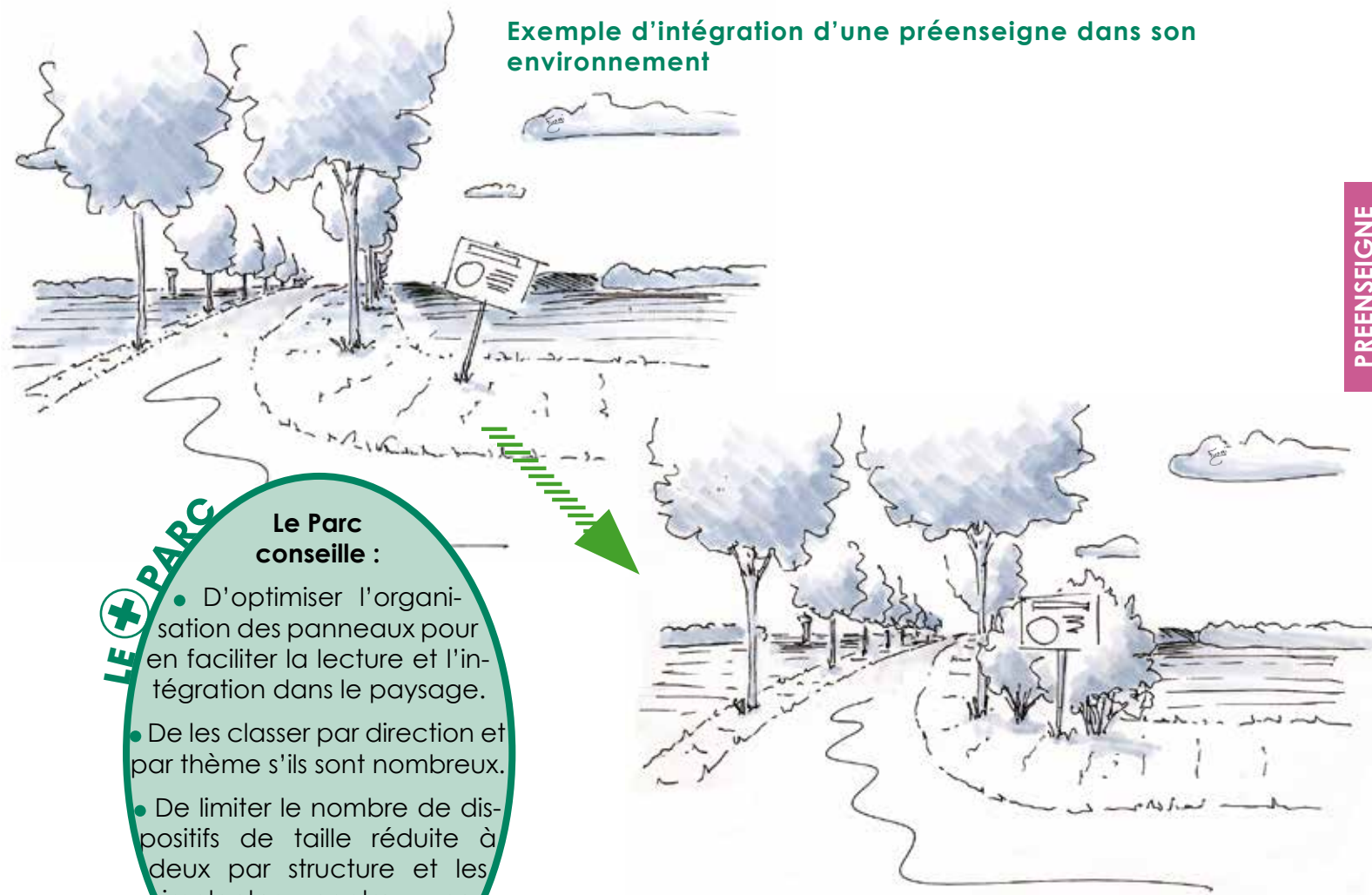
- Implantation à 5 m minimum de la chaussée

- Dimension maximum = 1 m x 1,5 m
- Dimension conseillée = 0,75 m x 1 m

- Seuls certains types d'activités sont autorisés (cf. tableau page précédente)



## Exemple d'intégration d'une préenseigne dans son environnement

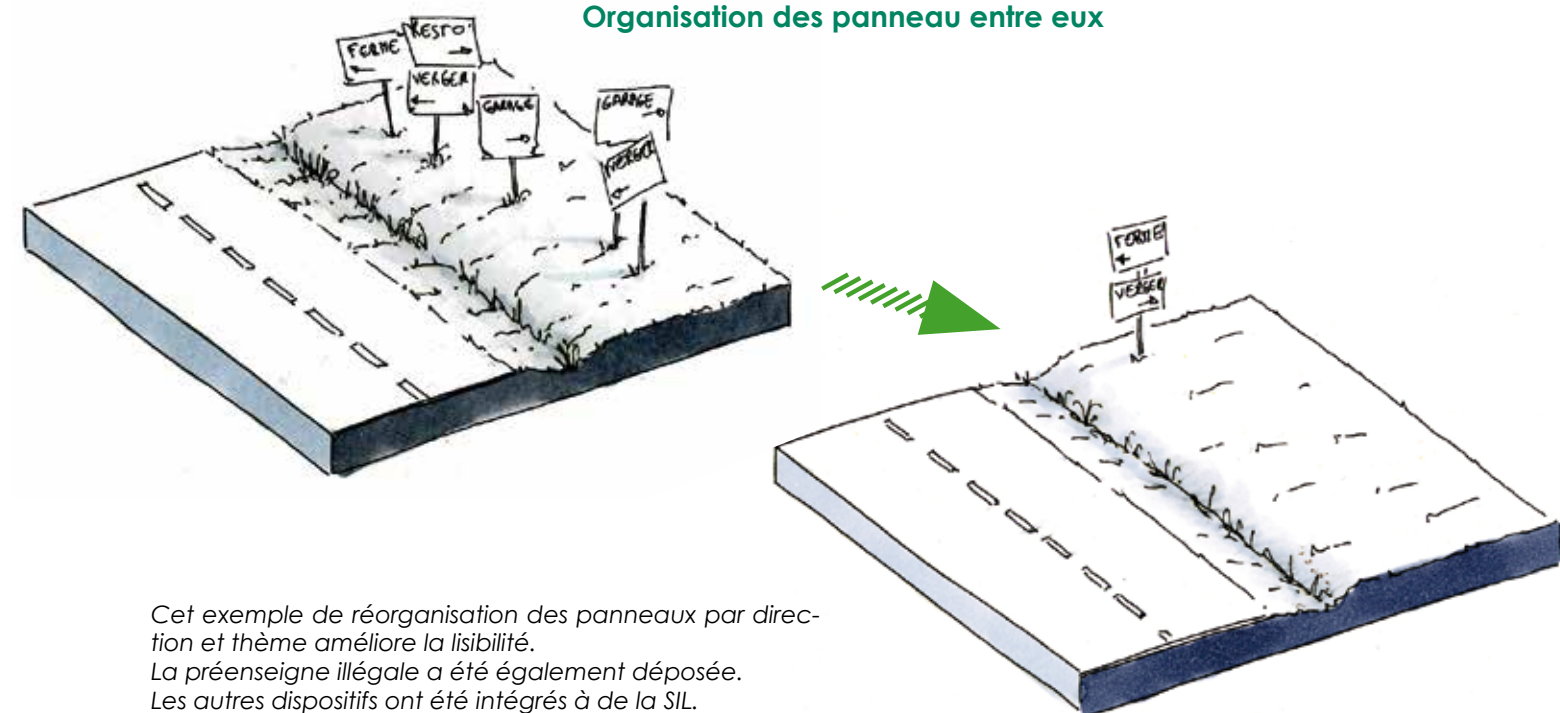


**LE + PARC**

### Le Parc conseille :

- D'optimiser l'organisation des panneaux pour en faciliter la lecture et l'intégration dans le paysage.
- De les classer par direction et par thème s'ils sont nombreux.
- De limiter le nombre de dispositifs de taille réduite à deux par structure et les implanter contre une façade homogène (végétale ou minérale).

## Organisation des panneau entre eux



Cet exemple de réorganisation des panneaux par direction et thème améliore la lisibilité.  
La préenseigne illégale a été également déposée.  
Les autres dispositifs ont été intégrés à de la SIL.



## ■ Le cas des préenseignes temporaires

### De quoi s'agit-il ?

- Des préenseignes temporaires qui signalent des manifestations à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles **de moins de trois mois**.
- Des préenseignes temporaires installées **pour plus de trois mois** qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, vente et location ainsi que les préenseignes qui signalent la location ou la vente de fonds de commerces.

### Quelles formes ?

Banderoles, panneaux, chevalets, bâches...

**Les chevalets** nécessitent une autorisation d'occupation du domaine public au titre de stationnement puisqu'ils ne sont pas scellés au sol. Ce type de dispositif est à mettre en place avec parcimonie, car il cause des problèmes d'accessibilité du domaine public, notamment lorsque les trottoirs sont de taille limitée au regard de la réglementation.

**Les banderoles** nécessitent une autorisation préalable en mairie.

### Durée d'installation autorisée

Les préenseignes devront être disposées au plus tôt **3 semaines avant** le début et retirées **une semaine après** la fin de l'événement au maximum. Elle est enlevée par la personne qui exerçait l'activité signalée.

### Implantation

- Hors et en agglomération.
- Scellée au sol, sur toiture ou posée directement sur le sol.
- L'affichage ne doit pas porter atteinte à un panorama, une perspective ou la découverte d'un bâtiment remarquable. Il ne doit pas gêner la visibilité des usagers de la route.

### Dimensions

Un mètre de hauteur pour 1m50 de large en et hors agglomération de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

### Nombre autorisé

Limité à **quatre** par opération ou manifestation.

**LE + PARC**

### Comment gérer l'affichage temporaire ?

- En invitant les communes à établir des conventions afin de mutualiser, avec leurs associations la pose et le retrait de cet affichage.
- En organisant cet affichage temporaire en créant un suivi de plan d'implantation aux principaux carrefours et lieux de passage.
- En garantissant une équité entre les différentes manifestations.



Implantation abusive car située devant le panneau d'entrée d'agglomération.



Cette préenseigne gêne le passage des piétons. Elle ne peut être considérée comme préenseigne temporaire présente quotidiennement.



Dispositif illégal puisque fixé sur un feu tricolore.



Dispositifs illégaux puisque l'événement s'est déroulé il y a plus d'une semaine (28/05/14) et sur supports interdits.



Implantation sur un arbre > illégal.



Dispositifs en surnombre (plusieurs dizaines) et implantés sur de l'éclairage public > illégal.

# LES ENSEIGNES

## De quoi s'agit-il ?

L'enseigne est un dispositif **implanté sur le lieu même de l'activité** et relatif à celle-ci.

## Implantation

Elle doit être implantée **sur le domaine privé**. La réglementation nationale stipule que les enseignes apposées contre une façade **ne doivent pas dépasser les limites du mur support et constituer une saillie de plus de 25 cm**.

## Dimensions autorisées selon les différentes implantations

|                                |   |   |
|--------------------------------|---|---|
| Marquise ou auvent             | Hauteur limitée à 1 m   |   |
| Drapeau (ou perpendiculaire)   | Ne doit pas dépasser l'égoût du toit<br>Saillie max. = 1/10 <sup>e</sup> de la distance séparant les 2 alignements de la voie publique et restant < 2 m   |   |
| Toiture (cf. article R.581-62) | Activité dans + de 50 % du bâtiment   | Activité dans - de 50 % du bâtiment                           |
|                                | H. max. = 3 m pour façade H < 15 de haut  | H. max. = 2 m ou 1/6 <sup>e</sup> pour façade H < 20 de haut  |
|                                | H. max. = 6 m (1/5 <sup>e</sup> ) pour façade > 15 m de haut  | H. max. = 6 m (1/10 <sup>e</sup> ) pour façade > 20 m de haut |
|                                | Surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement = 60m <sup>2</sup> max.   |   |
|                                | Réalisées en lettre découpées (sans panneau de fond, avec fixations discrètes)  |   |
| Scellée au sol                 | Hors agglomération et communes < 10 000 habitants = 2 unités simple face et 6 m <sup>2</sup> max.<br>Si largeur > 1 m = 6,5 m de haut max.<br>Si largeur < 1 m = 8 m de haut max.<br>Si surface enseigne > 1 m <sup>2</sup> = distance / baie immeuble > 10 m |   |
| Façade                         | Surface max. = 15 m <sup>2</sup> , vitrine comprise (ou 25% de la devanture si devanture < 50 m <sup>2</sup> )  |   |

## LES ENSEIGNES

### HORS agglomération

« Ici, prochainement : Les Clos... »  
Opération immobilière > enseigne temporaire :  
se référer à la fiche correspondante page 28

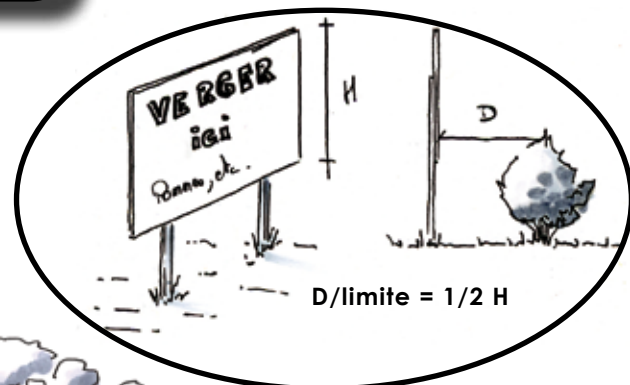
Enseigne sur toiture > lettrage  
découpé : légal si < 60 m<sup>2</sup>

Publicité temporaire (bâche)  
> se référer à la fiche  
correspondante page 12

« totem »  
> enseigne double face

Chevalet  
> enseigne temporaire

Enseigne sur toiture dépassant  
de l'égoût du toit  
> illégale





Dans les Parcs naturels régionaux, seules les **enseignes non lumineuses sont autorisées**, elles peuvent toutefois être éclairées par projection ou par transparence (cf. **Décret no 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes**).

Pour les enseignes temporaires, se reporter à la **page 28**.

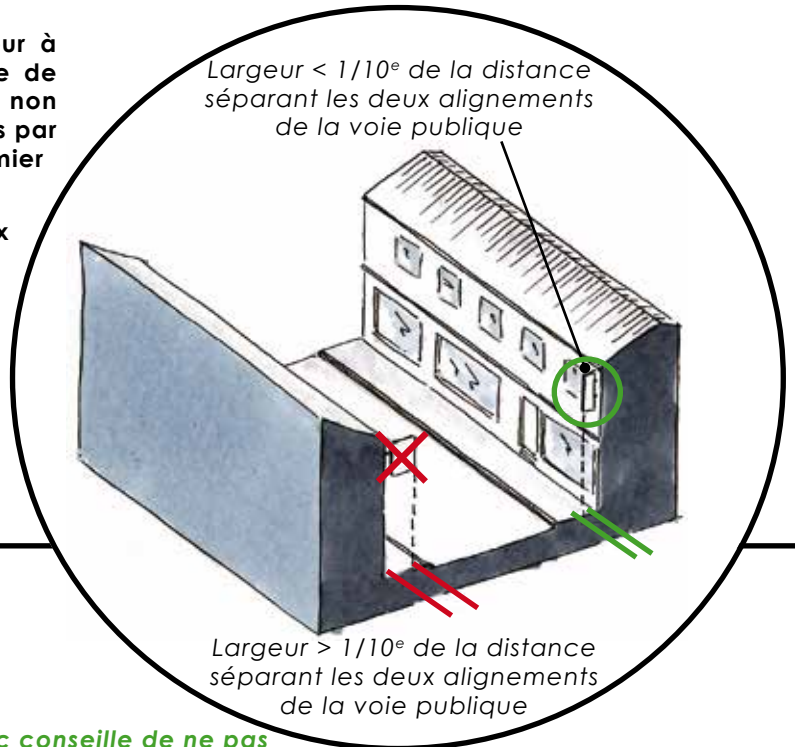
**Il est possible de réglementer les enseignes, dans le cadre d'un règlement local de publicité (RLP)\*.**

**Cependant, au regard des risques de retour à un affichage démesuré, de mise en place de dispositifs publicitaires pour des activités non locales... les contentieux sont alors assumés par la commune et le Maire en particulier, premier officier de police.**

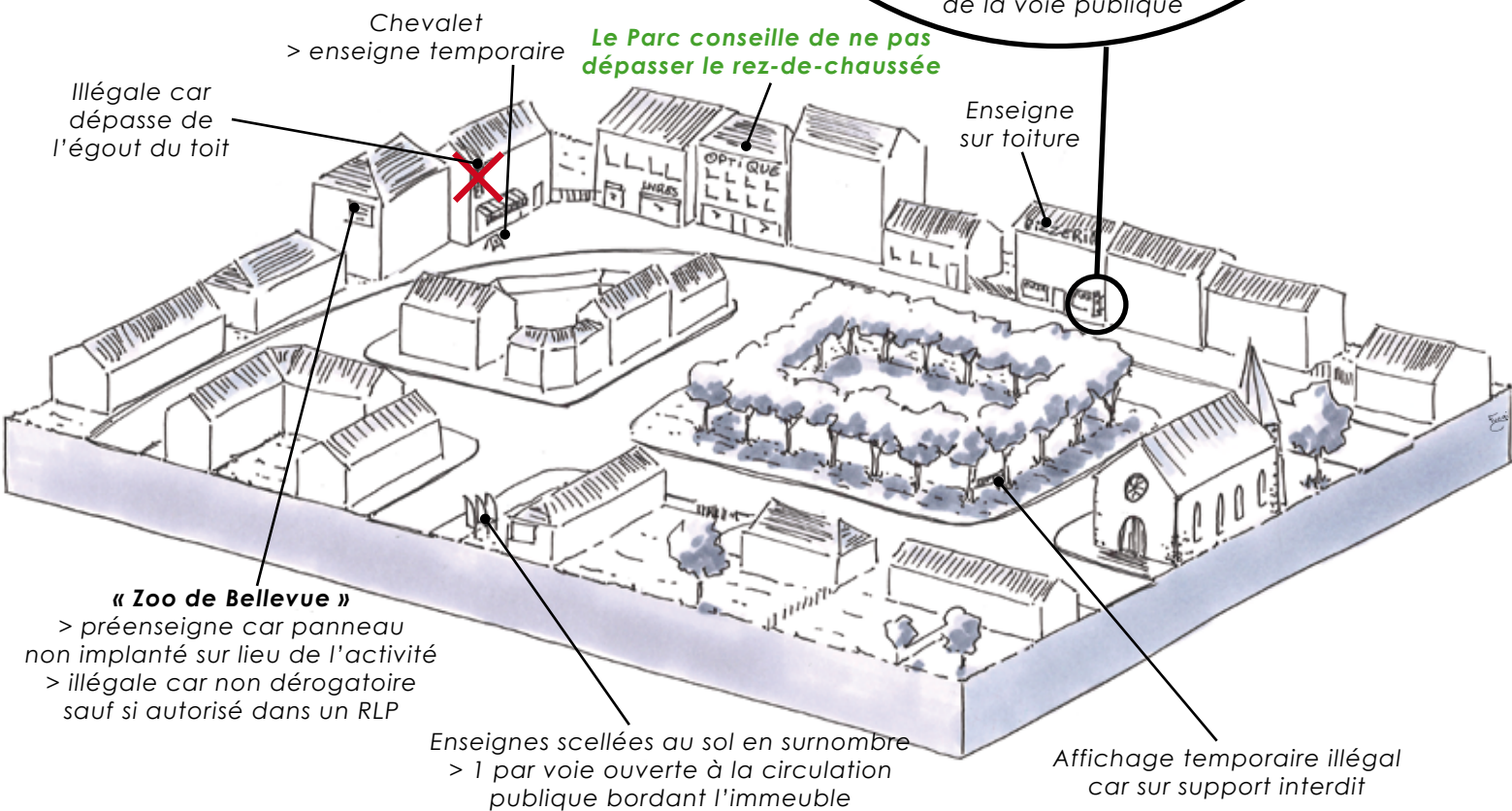
**C'est pourquoi, le Parc recommande aux communes de moins de 10 000 habitants de ne pas mettre en œuvre de règlement local de publicité.**

La question des enseignes peut être réglée avantagement par le biais de conseils, délivrés par les services de l'État compétents dans les secteurs protégés (D.D.T. et S.T.A.P.), des conseils des C.A.U.E., des paysagistes et de l'architecte du Parc.

\*cf. glossaire page 44



## EN agglomération



## ■ Bien intégrer son enseigne aux paysages du Gâtinais

### 1/ Observer et comprendre l'environnement dans lequel le commerce s'inscrit

- Dans une rue commerçante ? S'inspirer et s'harmoniser avec les façades des autres commerces pour créer une cohérence d'ensemble.
- Dans un secteur protégé ? S'adresser au STAP\* concerné pour des conseils et connaître leur avis sur votre projet.

### 2/ S'inspirer des lignes de la façade du bâtiment

- Respecter le rythme des ouvertures (fenêtres, portes etc.)
- Prendre en compte les couleurs et matériaux
- Privilégier la clarté du message plutôt que la surabondance d'informations.

### 3/ Utiliser des matériaux durables

Ils expriment les savoir-faire locaux pour s'intégrer à l'identité du territoire.

Se référer aux pages suivantes pour plus de précisions sur la composition de la façade et aux « Conseils techniques » en **page 36**.

\*cf. glossaire page 44



Une exemple d'intégration réussie : seule l'enseigne en drapeau indique la présence de la pharmacie.



Deux exemples d'enseigne en drapeau et potence qualitatives.



La désorganisation de l'affichage brouille la lecture et dévalorise le commerce concerné et le paysage alentour.



Deux enseignes discrètes ayant respecté la façade bâtie.



Ensemble de devantures non harmonisées entre-elles et sans intégration au bâti.





Un ensemble harmonieux par la reprise des mêmes tons sur les différents éléments de la façade.

Intégrer une enseigne grâce à des lettres peintes ou adhésives sur la vitrine peut permettre également de donner un rendu harmonieux.

À cela, il est possible d'ajouter des textes inscrits sur le lambrequin du store.

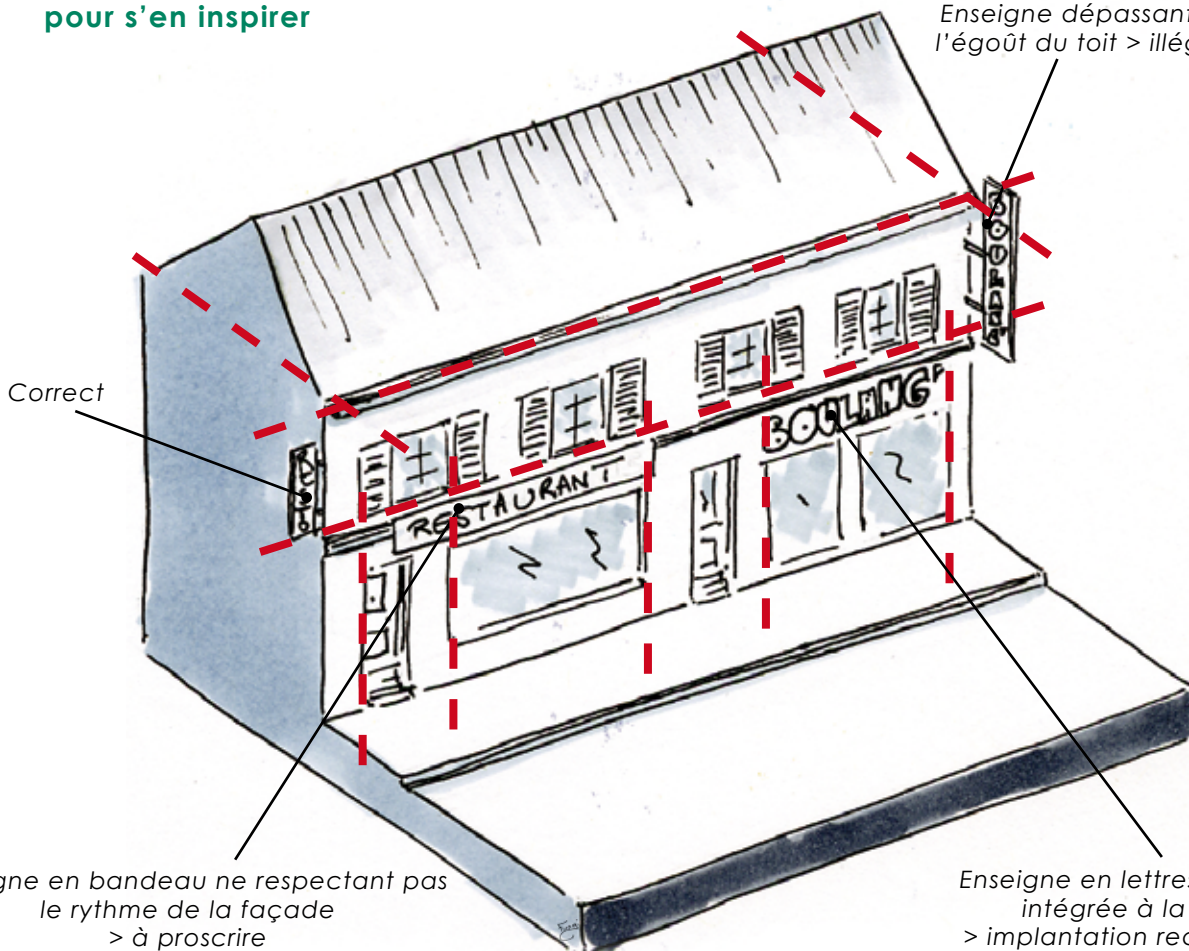
Par ailleurs, il est à noter que les petites enseignes respectent mieux les détails esthétiques de la façade car elles sont moins dominantes dans la lecture d'ensemble du bâti.

Une enseigne en bandeau continu, dès lors qu'elle occupe une grande largeur minore les effets décoratifs existants.



### Repérer le rythme de la façade du bâtiment pour s'en inspirer

Enseigne dépassant de l'égoût du toit > illégale



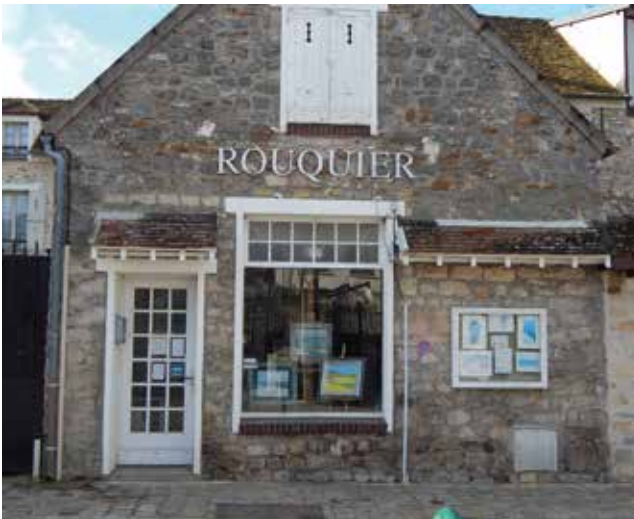
Enseigne en bandeau ne respectant pas le rythme de la façade > à proscrire

Enseigne en lettres découpées intégrée à la façade > implantation recommandée





La vitrine de gauche avec son auvent à tuiles plates et ses boiseries se suffit à elle-même. La vitrine de droite cumule les informations et ne prend pas en compte la structure de la façade.



Les enseignes découpées et posées sans fond sur la façade permettent de mettre en avant cette dernière. Et plus particulièrement si la couleur utilisée pour l'écriture rappelle celle des châssis de fenêtres ou de la porte. Sur la photo de droite, une couleur trop vive est utilisée pour la façade et le bandeau imprimé surcharge l'ensemble.



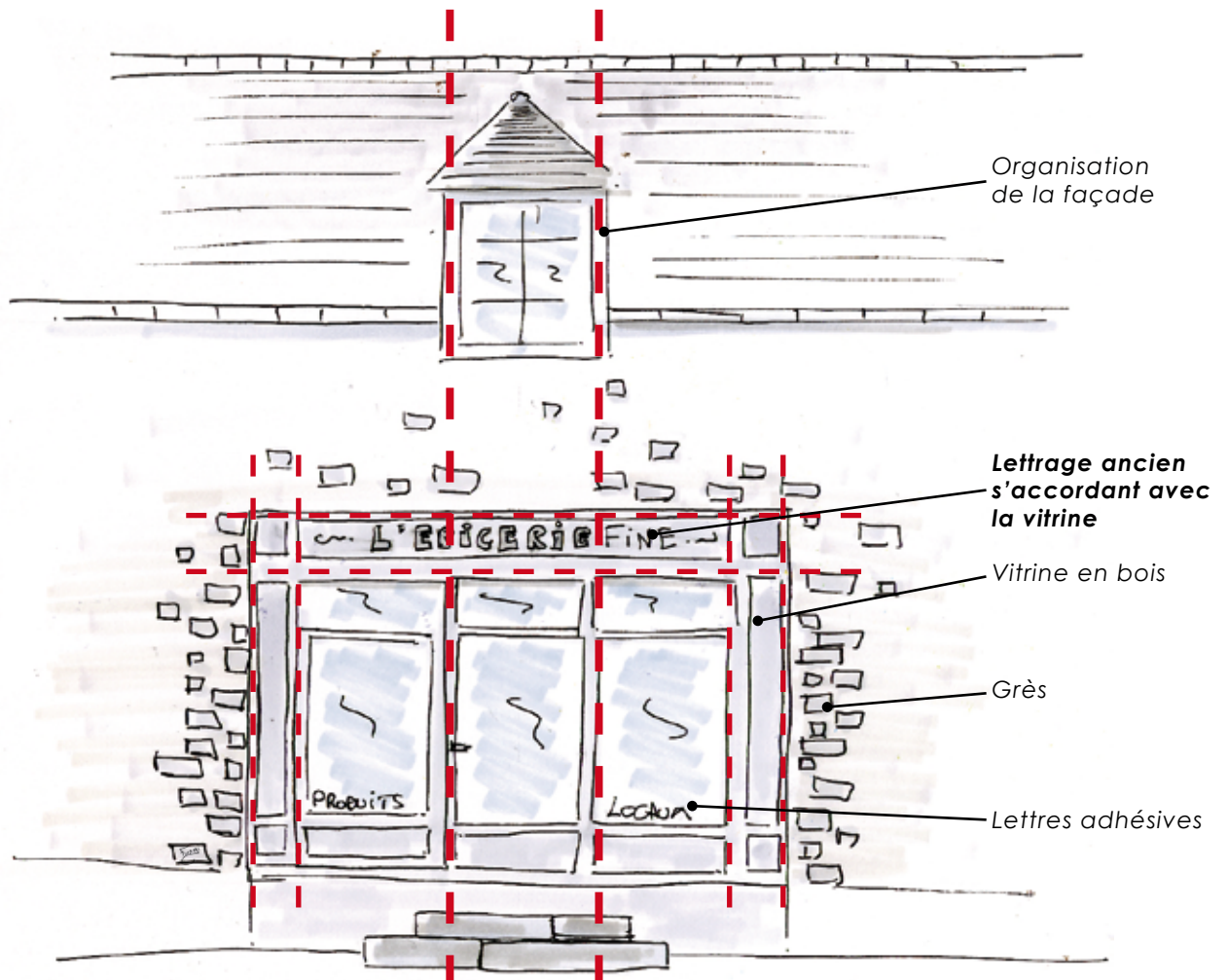
La pharmacie utilise une police simple dite « à bâton » lisible. La police utilisée sur la photo de droite ondule et les ornements diminuent la lisibilité ainsi que l'intégration avec la façade bâtie.

## Exemples de composition de façade d'après l'existant à encourager



Vitrine d'une marque de distributeur dont l'intégration est respectueuse du bâti traditionnel.

### Façade ancienne





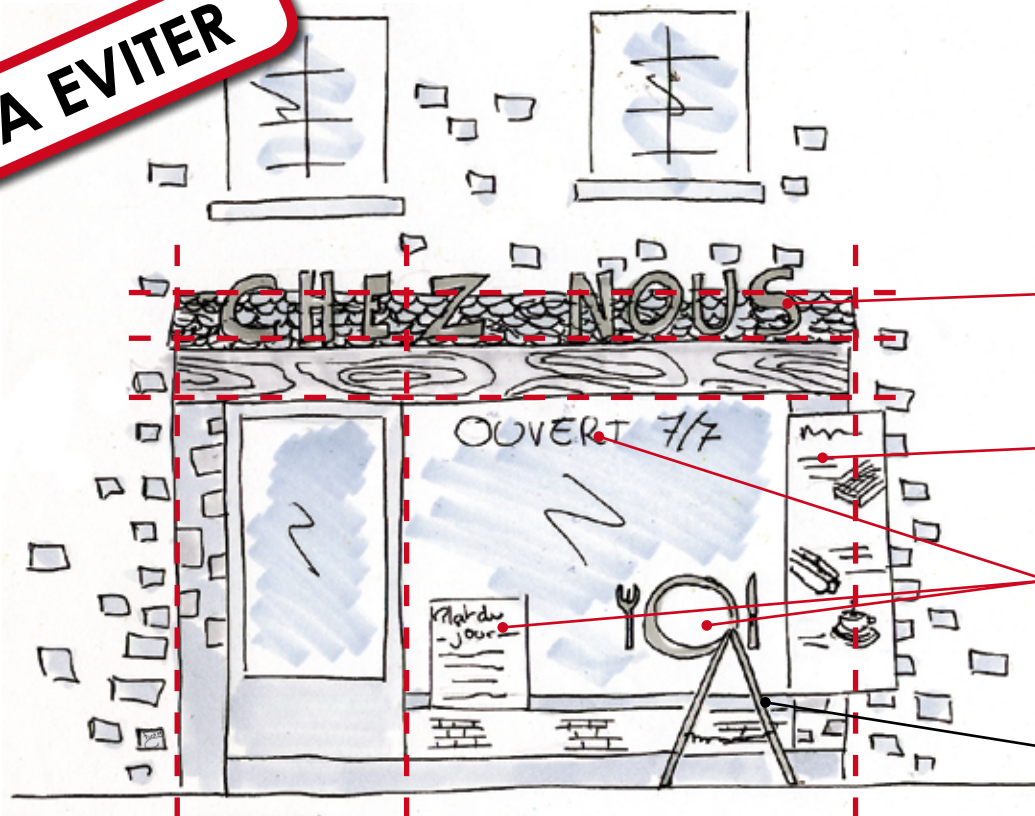




## Façades anciennes

Ce que l'on rencontre trop souvent...

**A EVITER**



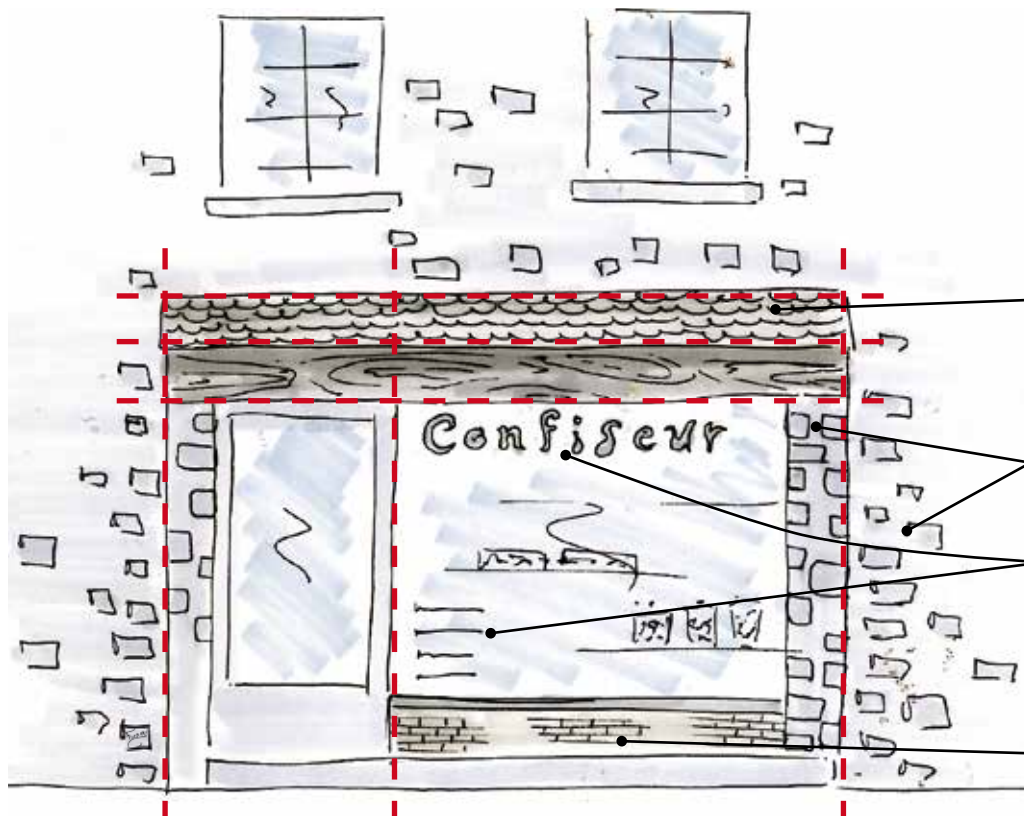
Enseigne sur auvent brouillant la composition de la façade

Panneau des produits proposés dissimulant les ornements de la façade

Abondance d'informations nuisant aux qualités de la façade

Chevalet s'ajoutant aux autres indications

Ce qu'il serait préférable de rencontrer...



Auvent avec tuiles mis en valeur

Grès

Pas d'ornementations sur les vitres pour ne pas nuire aux qualités de la façade et lettrage adapté à l'activité

Brique

## ■ Le cas des enseignes temporaires

### De quoi s'agit-il ?

L'enseigne, rappel :

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ».

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (**art. L.581-20 du Code de l'environnement**) :

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

### Quelles formes ?

Banderoles, bâches de chantier, panneaux, chevalets etc...

### Dimensions

Leur surface maximale est de **12 m<sup>2</sup>**.

### Nombre autorisé

Si leur surface est supérieure à 1m<sup>2</sup> : **une** par voie ouverte à la circulation bordant le long de l'immeuble.

### Durée d'installation autorisée

Au plus tôt **3 semaines avant** le début et retirées **une semaine après** la fin de l'événement au maximum. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée.

### Implantation

- Hors et en agglomération.
- Scellée au sol, sur toiture ou posée directement sur le sol.
- L'affichage ne doit pas porter atteinte à un panorama, une perspective ou la découverte d'un bâtiment remarquable. Il ne doit pas gêner la visibilité des usagers de la route.

**Les chevalets** nécessitent une autorisation d'occupation du domaine public au titre de stationnement puisqu'ils ne sont pas scellés au sol. Ce type de dispositif est à accorder avec parcimonie car il cause des problèmes d'accessibilité du domaine public, notamment lorsque les trottoirs sont de taille limitée au regard de la réglementation.

**Les banderoles** nécessitent une autorisation préalable en mairie.

LE + PARC

### Comment gérer l'affichage temporaire ?

- En invitant les communes à établir des conventions afin de mutualiser, avec leurs associations la pose et le retrait de cet affichage.
- En organisant cet affichage temporaire en créant un suivi de plan d'implantation aux principaux carrefours et lieux de passage.
- En garantissant une équité entre les différentes manifestations.



Chevalet : enseigne légale si autorisation accordée mais gêne le passage dans le cas ci-dessus.





Enseigne temporaire : chantier.

Enseigne temporaire pour une location immobilière.



## LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

### HORS et EN agglomération

Travaux publics, opération immobilière par exemple  
> enseigne temporaire

Chevalet  
> enseigne temporaire

Bâche de chantier (enseigne temporaire)  
> installation trois semaines avant le début du chantier et à supprimer à la fin du chantier

Enseignes scellées au sol en surnombre  
> 1 par voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble

« LOTO, dimanche 16 avril à Dournazac »  
> préenseigne ou enseigne temporaire.  
A installer 3 semaines avant et déposer 1 semaine après maximum



# LA SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE (SIL) ET LE RELAIS D'INFORMATION SERVICE (RIS)

## Quelles solutions proposer aux activités de ma commune qui ne peuvent pas bénéficier d'une préenseigne dérogatoire ?

La Signalisation d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Locaux (RIS) montrent l'efficacité d'un jalonnement lisible en garantissant une meilleure insertion paysagère.

### La Signalisation d'Information Locale

Il s'agit d'un nouveau mode de signalisation qui ouvre des possibilités supplémentaires pour guider l'usager de la route vers les services et équipements susceptibles de l'intéresser dans son déplacement et situés à proximité de la voie sur laquelle il se déplace.

Elle est constituée de panneaux de taille réduite, fixés sur un ou deux supports implantés sur domaine public.

Elle est soumise aux règles fondamentales de la signalisation routière.

### Mise en place

**1/ Création d'un schéma directeur de signalisation stratégique** (respect des règles de sécurité : visibilité dans les carrefours, lisibilité de la signalisation etc...).

Un formalisme dans la présentation des projets de panneaux doit être adopté, dans le cadre d'une instruction officielle.

### 2/ Réalisation d'un état des lieux

Déterminer si la signalisation en place peut être optimisée, ou s'il est avéré qu'elle est insuffisante et nécessite de passer à un projet plus global.

Sa mise en œuvre est assortie d'une autorisation de voirie à demander en préalable, auprès du gestionnaire de la voirie concernée (route départementale : Conseil général, voie communale : Commune).

### 3/ Établissement d'un plan de jalonnement

Ce dernier sera proposé pour avis et contribution aux partenaires techniques.

Le Parc pourra se charger de cette consultation, afin de garantir une collaboration efficace avec les partenaires et les services de l'État compétents.

Le Parc recommande aux communes et intercommunalités d'adopter un principe de négociation auprès des entreprises, pour obtenir en échange de l'implantation de support de SIL, le retrait anticipé (par rapport à juillet 2015) des préenseignes dérogatoires ou illégales qui seraient encore présentes hors de la zone agglomérée.



Une organisation claire et un choix de couleurs discrètes garantissant une bonne intégration des panneaux dans le paysage.



Un autre exemple de SIL intégrée et bien organisée.

**L'ESSENTIEL :**  
LA SIL PEUT INDICER TOUTES LES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES

dont celles non autorisées à implanter des préenseignes dérogatoires.

C'est pourquoi elle apparaît plus juste aux activités du territoire.

## Comment bien implanter de la Signalisation d'Information Locale sur sa commune ?

### L'implantation la plus favorable sera déterminée selon plusieurs critères :

- > la **signalisation** directionnelle **déjà en place**, dont la lecture est **prioritaire**, ne doit pas être gênée par la nouvelle SIL,
- > la **configuration de l'espace public** : la SIL\* ne peut pas entraver l'accessibilité de l'espace public,
- > la **géométrie des carrefours**, leur dangerosité éventuelle.

D'où la nécessité d'une étroite collaboration avec les services gestionnaires de voirie.

### Deux types de panneaux pour deux implantations différentes

- Le panneau de **présignalisation**, codifié **Dc43**, annonce les services et équipements desservis au prochain carrefour.
- Le panneau de **position**, codifié **Dc29**, indique, en l'absence de panneau de présignalisation Dc43, l'endroit où l'usager doit commencer sa manœuvre pour se diriger vers les services et équipements situés dans la direction indiquée par la flèche.

\*cf. glossaire page 44



Panneau de présignalisation (Dc43)

LE + PARC

Le Parc préconise l'utilisation de couleurs contrastées mais non éclatantes. Elles s'accordent ainsi avec le contexte paysager, ce qui nécessite de penser à harmoniser la couleur des panneaux avec la couleur du support (Se référer aux « Conseils techniques » en **page 36**).

De nombreux secteurs bâtis sont protégés sur le territoire du Parc, c'est pourquoi il est intéressant d'étendre à tout le territoire communal aggloméré les recommandations des services compétents (DRIEE\*, STAP\*) sur la SIL proposés sur un secteur de la commune. Cela permet un jalonnement plus efficace : pour trouver une activité, un usager suit toujours le même type de panneau, dès lors qu'il est entré dans la partie agglomérée du village.

C'est pourquoi le Parc conseille de n'utiliser seulement que deux couleurs pour le panneau (police et fond). L'une des deux devra être rappelée sur le support.

Quant à la taille du panneau, elle est fonction de la vitesse réglementaire des véhicules et des conditions d'implantation. Les logotypes sont interdits afin d'éviter tout caractère publicitaire par contre, des idéogrammes peuvent être associés à une destination, ils permettent de faciliter la lecture du panneau et/ou de préciser l'information.

LE + PARC

Certaines informations peuvent être portées par la signalisation directionnelle.

Afin d'alléger la SIL, le Parc recommande aux Communes et Intercommunalités d'étudier avec les Conseils généraux la possibilité d'accueillir certaines informations sur leur support existant.

## Le Relais d'Information Service (RIS)

Le RIS est implanté en agglomération comportant une cartographie et une nomenclature des voiries et activités présentes sur le territoire.

C'est un élément complémentaire d'information. Il peut constituer le point de départ d'un jalonnement.

Le panneau d'information est laissé à l'initiative de l'autorité de police compétente sous réserve des dispositions suivantes :

- sa largeur doit être égale au panneau CE3b ;
- le fond du panneau n'est pas vert, bleu ou rouge.

Du fait de l'interdiction de la publicité sur le territoire du Parc naturel régional du Gâtinais français, les informations à caractère commercial qu'il peut comporter doivent être strictement informatives, gratuites et exhaustives, c'est-à-dire excluant tout privilège ou discrimination.

## La SIL et les RIS sont les réponses réglementaires les plus appropriées aux besoins d'identification de l'ensemble de l'activité économique locale.

Lorsque cela apparaît nécessaire, le Parc encourage la mise en place de RIS faisant recours à des matériaux traditionnels et aux savoir-faire locaux. Ils devront se présenter sous forme de panneaux ou de tables, aux couleurs permettant de se fondre dans le paysage. Il doit être facilement consultable et donc disposer d'une place de parking à proximité et accessible aux PMR\*.

Le nombre de RIS à implanter sera optimisé en fonction des entrées principales de la commune, de sa configuration spatiale (existence de hameaux).

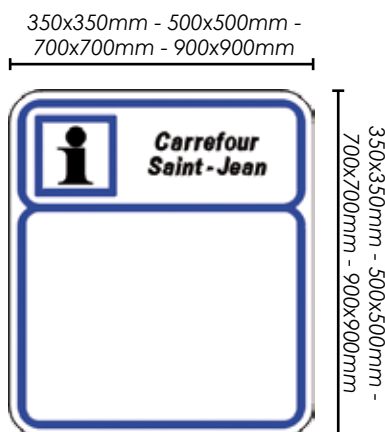
Il faudra anticiper le vieillissement de l'information et prévoir une mise à jour régulière de cette dernière en ayant anticipé l'entretien coûteux de ce type de dispositif.

\*cf. glossaire page 44

### Différents types de RIS



### Un panneau type CE3b (source wikipedia)





## ET LA MARQUE PARC ?

La marque « Parc naturel régional » est une marque collective, protégée. Elle peut être attribuée à des produits et des services. Vous la reconnaîtrez à la présence du logo « Produit du Parc », « Accueil du Parc », « Savoir-faire du Parc » en fonction de la nature du marquage (produits agricoles ou artisanaux, prestations touristiques, savoir-faire).

### La marque est associée à 3 valeurs communes des Parcs :

elle exprime **l'attachement au territoire** : les producteurs, prestataires et artisans concernés contribuent au développement du territoire et s'attachent à faire découvrir le Parc à travers leurs produits et prestations. Ils proposent des produits et des services qui valorisent le patrimoine culturel local au travers l'histoire, le bâti...

**elle cultive une forte dimension humaine** : le savoir faire, le rôle et la maîtrise de l'homme sont primordiaux dans le processus de fabrication, les professionnels font partager leur passion et ils s'appuient sur une solidarité entretenue au sein du territoire,

elle revendique **le respect de l'environnement et contribue au renforcement de sa richesse** : les producteurs s'attachent à préserver les milieux naturels, la faune, la flore. De plus, ils s'impliquent dans le maintien de la qualité des paysages spécifiques au territoire de chacun des Parcs.

En achetant ces produits et services, vous participez à la valorisation de ces territoires remarquables et fragiles.

Depuis 13 ans, près de 200 produits agricoles, artisanaux et prestations touristiques et éducatives se sont vus attribuer la marque. Ces marquages concernent plus de 800 entreprises sur 36 Parcs.

Dans le Gâtinais français, la marque se décline :  
- Pour les produits du terroir : le miel du Gâtinais, le cresson et la menthe poivrée.  
- Pour le savoir-faire : le tailleur de grès artisanal.  
- Pour l'accueil, une marque accueil est en cours d'élaboration.



# ENTRACTE

## « LE TEST »

Êtes-vous maintenant capable d'identifier les différents types d'affichages ?

Pouvez-vous repérer les dispositifs légaux ou en infraction ?

8 erreurs sont représentées sur cette portion de territoire...  
À vous de les trouver !

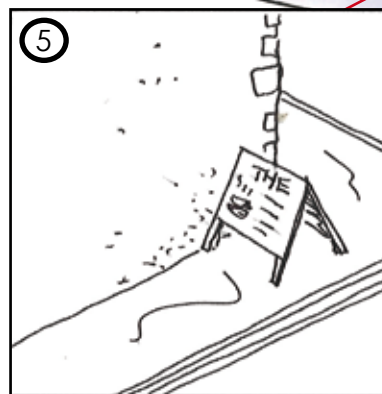
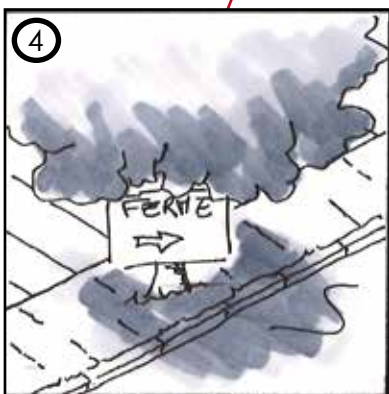
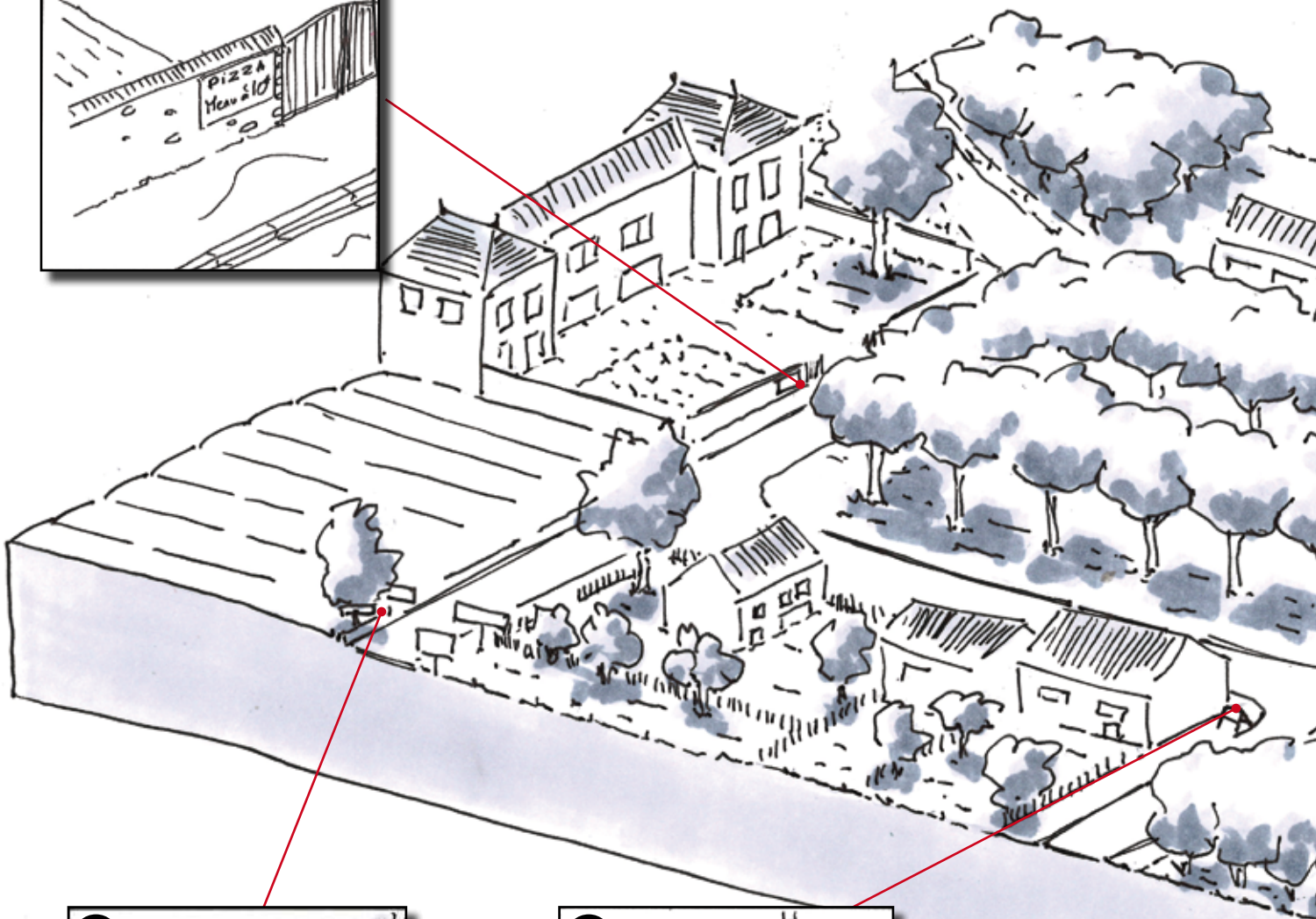
Pour chacune, aidez-vous des questions ci-contre.

Type d'affichage ?

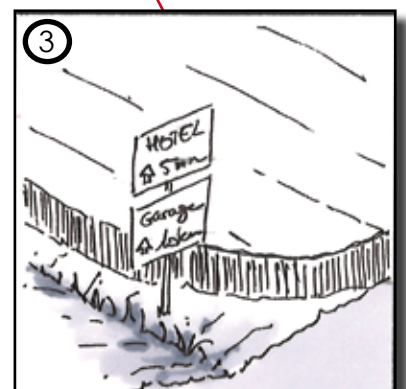
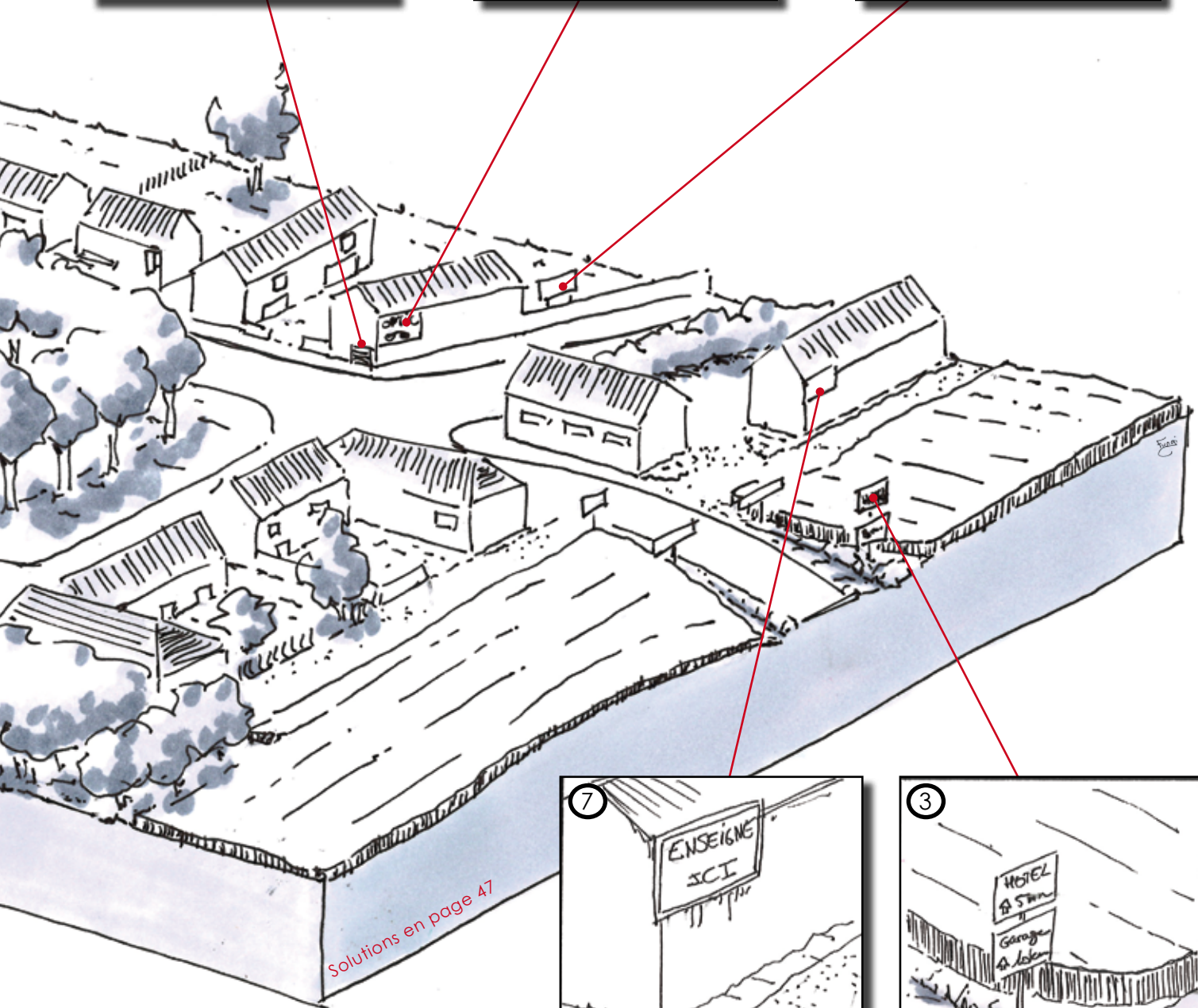
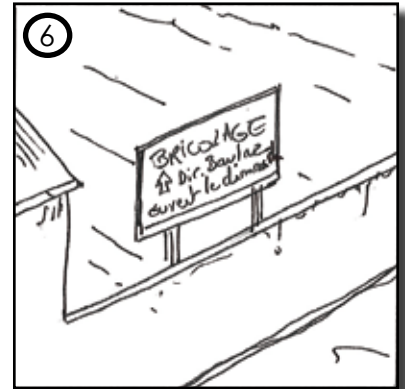
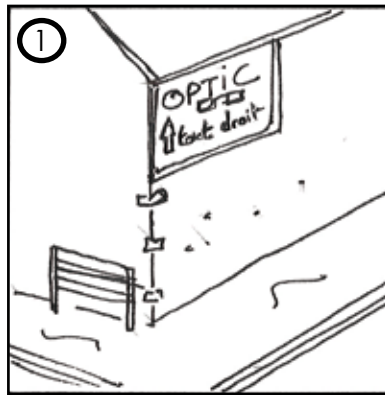
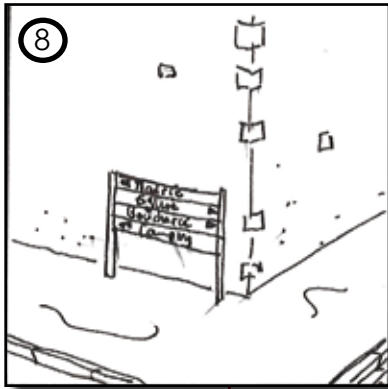
- Enseigne
- Préenseigne dérogatoire
- SIL/RIS
- Publicité

Légal ?

- Oui > pourquoi ?
- Non > pourquoi ?









## 2. CONSEILS TECHNIQUES

### LES MATÉRIAUX :

#### respecter le savoir-faire local et l'environnement

Le matériau utilisé a une incidence directe sur les paysages. Son choix est à faire avec soin. Il répond à la fois à une contrainte technique, fonctionnelle et à un choix esthétique.

Cela implique également des possibilités différentes, un entretien particulier et surtout, il renvoie à une identité propre.

C'est pour cela que le Parc recommande les matériaux locaux et respectueux de l'environnement qui garantissent un ancrage dans le territoire. Ils contribuent également à maintenir un tissu d'artisanat local.

#### Les bois mis en œuvre :

- proviendront d'exploitations durablement gérées bénéficiant du label PEFC ou FSC,
- les bois exotiques sont à éviter, des essences locales telles que le robinier présentant les mêmes propriétés sont à privilégier,
- les bois massifs sont à privilégier.

#### Les bois reconstitués et agglomérés de bois :

- les panneaux de fibre HDF qui ne contiennent pas de colle sont à privilégier,
- les panneaux de classe E1 (émission de formaldéhydes inférieure ou égale à 8 mg/100 g) ou garantis sans formaldéhyde sont à privilégier.

[www.sante.gouv.fr/IMG/pdf/PNSE2\\_-\\_annexes\\_1\\_et\\_2.pdf](http://www.sante.gouv.fr/IMG/pdf/PNSE2_-_annexes_1_et_2.pdf)

#### Les peintures, lasures ou vernis :

Préférer les produits bénéficiant de label garantissant l'absence de métaux lourds, d'ingrédients toxiques et une teneur en formaldéhyde moindre (NF Environnement, Ange Bleu, Eco-label européen ou de toute autre marque environnementale équivalente).

<http://ecocitoyens.ademe.fr/mes-achats/bien-acheter/bricolage>

POUR EN SAVOIR PLUS :

> Étude des colorations du bâti

[www.parc-gatinais-francais.fr/documents-a-telecharger](http://www.parc-gatinais-francais.fr/documents-a-telecharger)

> Guide « Intégrer les nouvelles constructions »

[www.parc-gatinais-francais.fr/documents-a-telecharger](http://www.parc-gatinais-francais.fr/documents-a-telecharger)

## PRÉCISIONS SUR LE LETTRAGE :

Privilégier les typographies simples, sobres et lisibles en tenant compte de l'environnement de l'enseigne.

De manière générale, les lettres à empattement sont plus lisibles que celles dite « bâton ».



Boulangerie Bio



Rotisserie



BOUCHERIE CHARCUTERIE



HOMEOPATHIE



boulangier  
Pâtissier



Marion - artisan fleuriste



CYCLES PEUGEOT



Chaussures



ESTHETI' CHIEN  
L'INSTITUT DU CHIEN



RADIOLOGIE ECHOGRAPHIE



Au Four au Moulin



AGENCE DE LA PLACE



Librairie de la Halle



BOUCHERIE



Derrière la Fenêtre...



Pharmacie



Jardin de Fei Fleuriste



GRAINETERIE



Aux Meubles De la Halle

Un échantillon de lettrages discrets et s'intégrant au bâti tout en restant visible de loin.

# PRÉCISIONS SUR L'ÉCLAIRAGE : optimiser et économiser

## 1/ Les bâtiments non résidentiels

L'arrêté ministériel du 25 janvier 2013 précise les modalités d'éclairage des bâtiments non résidentiels, y compris les vitrines de magasins de commerce ou d'exposition.

- Les éclairages intérieurs de locaux à usage professionnel doivent être éteints une heure après la fin de leur occupation.
- Les éclairages des vitrines de magasins, de commerce ou d'exposition doivent être éteints au plus tard à 1 h ou une heure après la fin de leur occupation si celle-ci intervient plus rapidement.
- Les éclairages des vitrines de magasins de commerce ou d'exposition peuvent être allumés à partir de 7 h ou une heure avant le début de l'activité si celle-ci commence plus tôt.

Des dérogations sont possibles (veille de jours fériés, Noël etc.).

## 2/ La publicité lumineuse et les enseignes lumineuses

Le décret du 30 janvier 2012 (avec un délai de deux ans pour la mise en conformité) limite et encadre l'affichage publicitaire.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les modalités d'extinction sont prévues par le RLP lorsque que celui-ci autorise la publicité lumineuse.

Cadre général : les enseignes lumineuses sont éteintes entre **1 h et 6 h du matin**, et elles doivent respecter un seuil maximal de luminance, afin d'économiser l'énergie et de réduire leurs nuisances visuelles. Il est possible de déroger à cette extinction lors d'événements exceptionnels (arrêté municipal ou préfectoral).

### LES CONSEILS DU PARC

#### N'éclairer que là où c'est nécessaire

> éclairage orienté de manière ciblée et dirigé du haut vers le bas (cf. schéma ci-dessous) pour éviter la dispersion de lumière dans le ciel et les lumières intrusives pour les habitants.

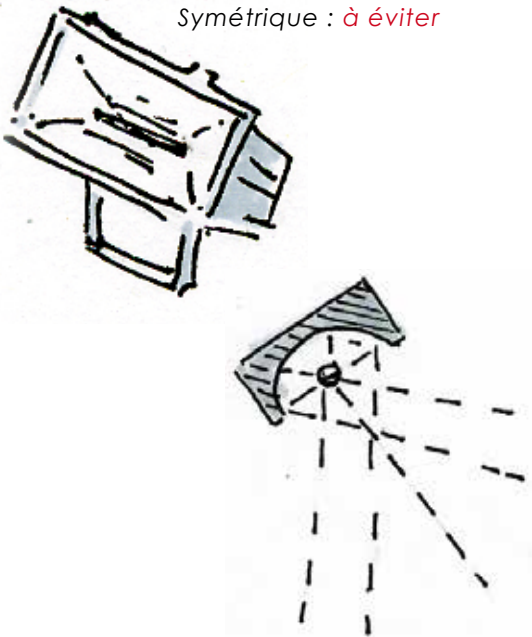
#### Adapter l'intensité aux besoins

> un éclairage de devanture de magasin bien conçu peut être à la fois attractif, relativement discret et non éblouissant et également plus économique en énergie.

#### Bien choisir le type d'ampoule

> supprimer les halogène et les remplacer par des iodures métalliques par exemple (meilleure efficacité énergétique)

Symétrique : à éviter



Asymétrique : à conseiller







Cas fréquemment rencontré : spots halogènes, peu discrets et énergivores.



**Éclairage de devanture conseillé :** une réglette discrète avec LED ou néons assurant un éclairage rasant et économe en énergie.



# 3. LES PROCÉDURES À SUIVRE POUR LES PORTEURS DE PROJETS

## COMMENT METTRE EN PLACE UNE SIGNALÉTIQUE QUALITATIVE ?

### Quelles démarches ? À qui s'adresser ?

Pour savoir quel service contacter, il faut en premier lieu définir le type de signalétique envisagée.

### Quels sont les objectifs de cette signalétique ?

Je souhaite me signaler aux passants, aux automobilistes pour qu'ils me retrouvent ? Il s'agit, à priori, d'un projet de signalétique.

Je souhaite attirer le regard de clients potentiels ? Il s'agit alors peut-être d'une enseigne ou d'une préenseigne.

Le diagramme ci-dessous permet de se situer dans les différents dispositifs de signalisation.

*n.b. : Il existe un formulaire de déclaration préalable pour une enseigne ou une préenseigne disponible sur le site du Service Public.*

| Objectif                    | Type d'affichage possible                                 | Atouts / Contraintes   |
|-----------------------------|---|--|
| Se signaler depuis la rue ? | Préenseigne   | → Réserve aux activités dérogatoires → <b>Se référer à la page 14</b>  |
|                             | S.I.L.  | → Signalisation accessible à tous et normée donc très lisible → <b>Se référer à la page 30</b>                                       |
|                             | Enseigne  | → Plusieurs types envisageables → <b>Se référer à la page 20</b>   |
| Être visible de loin ?      | Préenseigne   | → Réserve aux activités dérogatoires → <b>Se référer à la page 14</b>  |
|                             | Aménagement qualitatif des abords et du bâtiment lui-même | → Accentue l'attrait du commerce par la cohérence d'ensemble → <b>Les agents du Parc sont à votre disposition pour tous conseils</b> |

### Une signalétique répondant aux besoins

Intégrer une signalétique normée pour une visibilité accrue

Envoyer un message positif aux clients

Signaler les dernières nouveautés

Se signaler en amont de l'entreprise

Événement temporaire ?  
(manifestation, foire, brocante etc.)

# 4. LES PROCÉDURES À SUIVRE POUR LES COMMUNES

Avant de démarrer une procédure de retrait il faut être sûr que l'affichage incriminé est bien illégal. Si vous avez des doutes n'hésitez pas à contacter le Parc naturel régional ou la Direction Départementale des Territoires de votre département.

Le préfet dispose du pouvoir de police (art L.581-14-2 du Code de l'environnement) sauf si la commune possède un RLP. Dans ce cas, c'est le maire qui a ce pouvoir et le préfet peut s'y substituer en cas de besoin. Les services de l'État peuvent aider les Communes à établir tous ces documents.

## 1- Identifier l'objet de l'illégalité de l'affichage (préenseigne non dérogatoire, panneau publicitaire interdit etc.)

Ouvrir un **dialogue à l'amiable** avec le contrevenant. Cela peut se faire par courrier simple en lui rappelant la réglementation et dans certains cas **en lui proposant une solution alternative** pour faire connaître son entreprise. Il est aussi primordial de lui donner un délai limite pour retirer son dispositif et d'annoncer que vous envisagez d'engager une procédure de sanction.

Par exemple, dans le cas d'une entreprise locale il est toujours possible de lui proposer de figurer sur de la SIL.

## 2- Si le courrier reste sans effet

Contactez la **Direction Départementale des Territoires** qui est habilitée à rédiger les procès-verbaux et qui se chargera donc d'envoyer un constat d'infraction au contrevenant. Cependant, il est également possible pour le **Maire** d'établir ce type de document.

Après le délai accordé à l'envoi du procès-verbal, un arrêté de mise en demeure est signé. Le constat et l'arrêté sont donc adressés au contrevenant en pli recommandé avec accusé de réception.

## 3- Transmission du constat et de l'arrêté de mise en demeure au procureur de la République et au Préfet.

## 4- À l'issue des 15 jours fixés par l'arrêté

Si la suppression n'est pas réalisée, le Maire met en recouvrement l'**astreinte journalière** (le montant de l'astreinte journalière est actualisé chaque année et est communiqué par la Préfecture) prévue par l'arrêté et peut également faire exécuter d'office la dépose ordonnée, aux frais du contrevenant.

LE + PARC

Le dialogue à l'amiable permet dans la plupart des cas de résoudre le conflit de manière constructive, s'il s'accompagne de conseils. Le Parc est présent pour aider les communes à sensibiliser le porteur de projet et lui proposer des solutions garantissant un équilibre entre la visibilité de son activité et l'impact sur le paysage.



# 5. SYNTHÈSE DES PRINCIPALES RÈGLES CONCERNANT L’AFFICHAGE

|  | Lieux              |                                    |                  |                                    | Dimensions  |  |
|--|--------------------|------------------------------------|------------------|------------------------------------|---|--|
|  | Hors agglomération |                                    | En agglomération |                                    | Hors agglomération  |  |
|  | Domaine public     | Domaine privé                      | Domaine public   | Domaine privé                      |   |  |
| <b>Signalisations d'informations Locales et Relais d'Information Service</b> |                    |                                    |                  |                                    |   |  |
| SIL  | OUI                | NON                                | OUI              | NON                                | La hauteur de base est définie en fonction de la vitesse réglementaire des véhicules et des conditions d'implantation (giratoire, carrefour etc.) |  |
| RIS  | OUI                | Domaine privé de la commune        | OUI              | Domaine privé de la commune        | A adapter au site et au contenu   |  |
| <b>Pré-enseignes (uniquement pour les activités dérogatoires)</b>            |                    |                                    |                  |                                    |   |  |
| Pré-enseignes (avant juillet 2015)   | NON                | OUI                                | NON              | Des pré-enseignes                  | 1,5 m (largeur) X 1 m (hauteur)   |  |
| Pré-enseignes (après juillet 2015)   | NON                | OUI                                | NON              | NON                                | 1,5 m (largeur) X 1 m (hauteur)   |  |
| <b>Enseignes</b>   |                    |                                    |                  |                                    |   |  |
| Enseignes scellée au sol   | NON                | sur le lieu où s'exerce l'activité | NON              | Sur le lieu où s'exerce l'activité | maximum 6 m <sup>2</sup> (6,5 m ou 8m de hauteur maxi)  |  |
| Enseignes avec le mur comme support  | NON                | OUI                                | NON              | OUI                                | Limites du mur support  |  |
| Enseignes sur toitures   | NON                | OUI                                | NON              | OUI                                | Surface activité dans bâtiment <50% :   |  |
|  |                    |                                    |                  |                                    | <b>Surface cumulée des enseignes pour un même bâtiment = 60m<sup>2</sup> max</b>  |  |
|  |                    |                                    |                  |                                    | <b>Si hauteur bâti &lt;20m : H=2m max ou 1/6 hauteur façade</b>   | <b>Si hauteur bâti &gt;20m : H=6m max ou 1/10 hauteur façade</b> |
| <b>Affichage temporaire</b>  |                    |                                    |                  |                                    |   |  |
| Enseigne temporaire  | OUI                | OUI                                | OUI              | OUI                                | 12m <sup>2</sup> maximum  |  |
| Pré-enseigne temporaire  | OUI                | OUI                                | OUI              | OUI                                | 1,5 m (largeur) X 1 m (hauteur)   |  |
| <b>Publicité</b>   |                    |                                    |                  |                                    |   |  |
| Affichage (scellé au sol et mural)   | NON                | NON                                | NON              | NON                                | INTERDIT  |  |
| Mobilier urbain publicitaire   | OUI si RLP         | NON                                | NON              | NON                                | INTERDIT  |  |

Sources : M. Peroz (PNR Ardennes), PNRGF

| Dimensions  |   | Nombre   |  |               | Conditions  | Décideurs et conseils  |
|---|---|--|--|---------------|---|--|
| En agglomération  |   | Hors agglomération   | En agglomération   |               |   |  |
| La hauteur de base est définie en fonction de la vitesse réglementaire des véhicules et des conditions d'implantation (giratoire, carrefour etc.) |   | En fonction du profil et des activités recensées sur les panneaux  | En fonction du profil de la commune et des activités recensées sur les panneaux                                      |               | signale les services et équipements d'intérêt local utiles aux personnes en déplacement | Mairie, Conseil Général, Code de la route                                |
| A adapter au site et au contenu   |   | ILLIMITE   | ILLIMITE   |               | exhaustif, non discriminant et gratuit pour les activités repérées                      | Mairie   |
| 1,5 m (largeur) X 1 m (hauteur)   |   | 4 ou 2 selon l'activité  | 1  |               | Uniquement les activités dérogatoires et obligatoirement scellées au sol                | En agglomération: Marie<br>Hors agglomération: gestionnaire de la voirie |
| INTERDIT  |   | 4 ou 2 selon l'activité  | 0  |               |   | Mairie   |
| < à 10 000 habs   | > 10 000 habs   |  | < à 10 000 habs  | > 10 000 habs |   |  |
| 6 m <sup>2</sup><br>(6,5 m ou 8m de hauteur maxi)   | 12 m <sup>2</sup><br>(6,5 m ou 8m de hauteur maxi)                  | une placée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble                               | une placée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble                               |               | Autorisation préalable  | Mairie, ABF  |
| Limites du mur support  |   | ILLIMITE   | ILLIMITE   | ILLIMITE      | Autorisation préalable  | Mairie, ABF  |
| <b>Surface cumulée des enseignes pour un même bâtiment = 60m<sup>2</sup> max</b>  |   | 25% de la surface commerciale si celle-ci est inférieure à 50m <sup>2</sup> . Autrement surface = 15%                |  |               |   |  |
| Surface activité dans bâtiment >50% :   |   | semble illimité  |  |               | Maximum 6m de hauteur, lettres découpées et sans fond                                   | Mairie, ABF  |
| <b>Si hauteur bâti &gt;15m :<br/>H=6m max ou 1/5 hauteur façade</b>   | <b>Si hauteur bâti &gt;15m :<br/>H=6m max ou 1/5 hauteur façade</b> |  |  |               |   |  |
| Même réglementation que pour l'enseigne   |   | Si surface <1m <sup>2</sup> : une placée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble | Si surface <1m <sup>2</sup> : une placée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble |               | Peuvent être scellées au sol ou installées sur un mur                                   | Mairie, ABF  |
| Même réglementation que pour l'enseigne   |   | 4  | 4  |               |   |  |
| INTERDIT  |   | INTERDIT   | INTERDIT   |               |   | Mairie   |
| INTERDIT  |   | INTERDIT   | INTERDIT   | INTERDIT      |   | Mairie   |

# 6. GLOSSAIRE

## Agglomération

Partie de la commune qui est urbanisée et dont les limites sont concrétisées par les plaques d'entrées ou de sorties d'agglomération faisant apparaître le nom de la commune.

## Aire urbaine

Une aire urbaine ou « grande aire urbaine » est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle urbain (unité urbaine) de plus de 10 000 emplois, et par des communes rurales ou unités urbaines (couronne périurbaine) dont au moins 40 % de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle ou dans des communes attirées par celui-ci.

## CAUE

Le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement est un organisme départemental créé à l'initiative du Conseil général et des services de l'État dans le cadre de la loi sur l'architecture de 1977. Investi d'une mission de service public, le CAUE est présidé par un élu local.

## Domaine privé

Les biens appartenant à des particuliers, à des sociétés, à des associations, à des collectivités publiques... qui sont régis par des principes de droit privé. Certains biens des collectivités sont du ressort du domaine privé (chemins ruraux, certains terrains appartenant à la commune, le département ou la région).

## Domaine public

Les biens qui ne sont pas susceptibles d'appropriation privée :

- toute la voirie à l'exception des chemins ruraux des communes (domaine privé de la commune), mais y compris les voies communales,
- les biens accessoires du domaine public (un talus soutenant une voie publique, par exemple),
- les servitudes portant sur les terrains limitrophes du domaine public.

Ces biens sont délimités par l'alignement délivré par le gestionnaire de la voirie.

## HDF

Panneau de fibres à haute densité (800 kg/m<sup>3</sup>). Ce panneau issu d'un procédé industriel continu, est constitué de fibres de bois et d'un liant synthétique à base de résine urée-formol que l'on soumet à des contraintes de température et de pression.

## Jalonnement

Action de marquer la direction, l'alignement ou les limites (de quelque chose) au moyen de panneaux ou repères. Le jalonnement sur domaine public est précisément réglementé.

## Mobilier urbain

Ensemble des meubles et supports utilisés par les villes dans les espaces publics : abribus, bancs, corbeilles, kiosques, panneaux d'information... Certains de ces mobiliers urbains peuvent également être des supports publicitaires : ils sont strictement réglementés par la loi.

## RLP

Le Règlement local de publicité est un document d'urbanisme annexé au PLU. Il a vocation à imposer des règles concernant les enseignes, préenseignes et publicités sur une commune. Il permet notamment de concilier des intérêts parfois antagonistes tels que la protection du cadre de vie des habitants et la volonté des acteurs économiques d'être le plus visible possible.

## RLP(i)

Règlement local de publicité intercommunal.

## RNP

Le Règlement national de la publicité reprend les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme et se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 <sup>2</sup> applicable à l'ensemble du territoire national (métropolitain et ultra-marin).

## RIS

Relais d'Information Service. Un RIS est un mobilier urbain, implanté en ou hors agglomération sur le domaine public, ou privé de la commune, comportant une cartographie et une nomenclature des voiries et des activités présentes sur le territoire de la commune.



## **SIL**

Signalisation d'Information Locale. Il s'agit d'un nouveau mode de signalisation qui ouvre des possibilités supplémentaires pour guider l'usager de la route vers les services et équipements susceptibles de l'intéresser dans son déplacement et situés à proximité de la voie sur laquelle il se déplace.

Elle est soumise aux règles fondamentales de la signalisation routière.

## **STAP**

Les Services Territoriaux de l'Architecture et du Patrimoine sont des services relevant du ministère de la culture chargés de promouvoir une architecture et un urbanisme de qualité s'intégrant harmonieusement dans le milieu environnant.

## **PEFC**

Le programme de reconnaissance des certifications forestières ou PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification schemes) est un

label environnemental de gestion forestière, visant à contribuer à la gestion durable des forêts. Les propriétaires qui adhèrent à la démarche PEFC démontrent que leur travail, depuis la réflexion sur leur sylviculture jusqu'à la réalisation des chantiers, prend en compte toutes les fonctions de la forêt ainsi que son renouvellement.

## **PMR**

La définition légale d'une « Personne à Mobilité Réduite » inclut l'ensemble des personnes qui éprouvent des difficultés à se déplacer, de manière provisoire ou permanente.

Il s'agit de « toutes les personnes ayant des difficultés pour utiliser les transports publics, telles que, par exemple, personnes souffrant de handicaps sensoriels et intellectuels, personnes en fauteuil roulant, personnes handicapées des membres, personnes de petite taille, personnes âgées, femmes enceintes, personnes transportant des bagages lourds et personnes avec enfants (y compris enfants en poussette) ».

# 7. MEMENTO LÉGISLATIF ET RESSOURCES

## Sources :

### **Code de l'Environnement**

> articles L581-3, L581-7, L 581-8 et L 581-18 R 581-63

Concernant la SIL et les RIS :

### **Instruction Interministérielle sur la Signalisation Routière (IISR) :**

#### **> article 76 de l'IISR - Objet de la signalisation des services**

L'objet de la signalisation des services est de porter à la connaissance des usagers de la route la proximité ou la présence de services ou d'installations rares ou isolés, susceptibles de leur être utiles et accompagnés, selon la nature de ces services ou installations, d'une possibilité de stationnement.

Cette signalisation est réalisée à l'aide des panneaux de type CE et/ou du panneau C1a (cf. art. 70). Elle peut être associée à des panneaux de type D.

Les panneaux de type CE, bien que signalant des services, ne doivent pas comporter l'inscription de raisons sociales à l'exception des panneaux de type CE15 dans certaines conditions (cf. art. 78-12).

> L'article 78-2 de l'IISR précise que le relais d'information service est signalé par un ou plusieurs panneaux CE3b et que le panneau CE3b doit être placé au-dessus d'un ou de plusieurs panneaux d'information. Il signale et indique le nom du relais d'information service. Les inscriptions et informations portées sur le panneau d'information associé sont constituées d'une énumération exhaustive des services qui doivent apparaître sous leur dénomination générique, à l'exclusion de toute identification à caractère publicitaire ou discriminatoire.

## Guides :

- La Signalétique d'Intérêt Local (CERTU)
- Le Relais d'Information Service (CETRA, 1985)
- La signalisation touristique (CETRA, 1992)
- Le guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure (Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie, avril 2014)

## Sites internet :

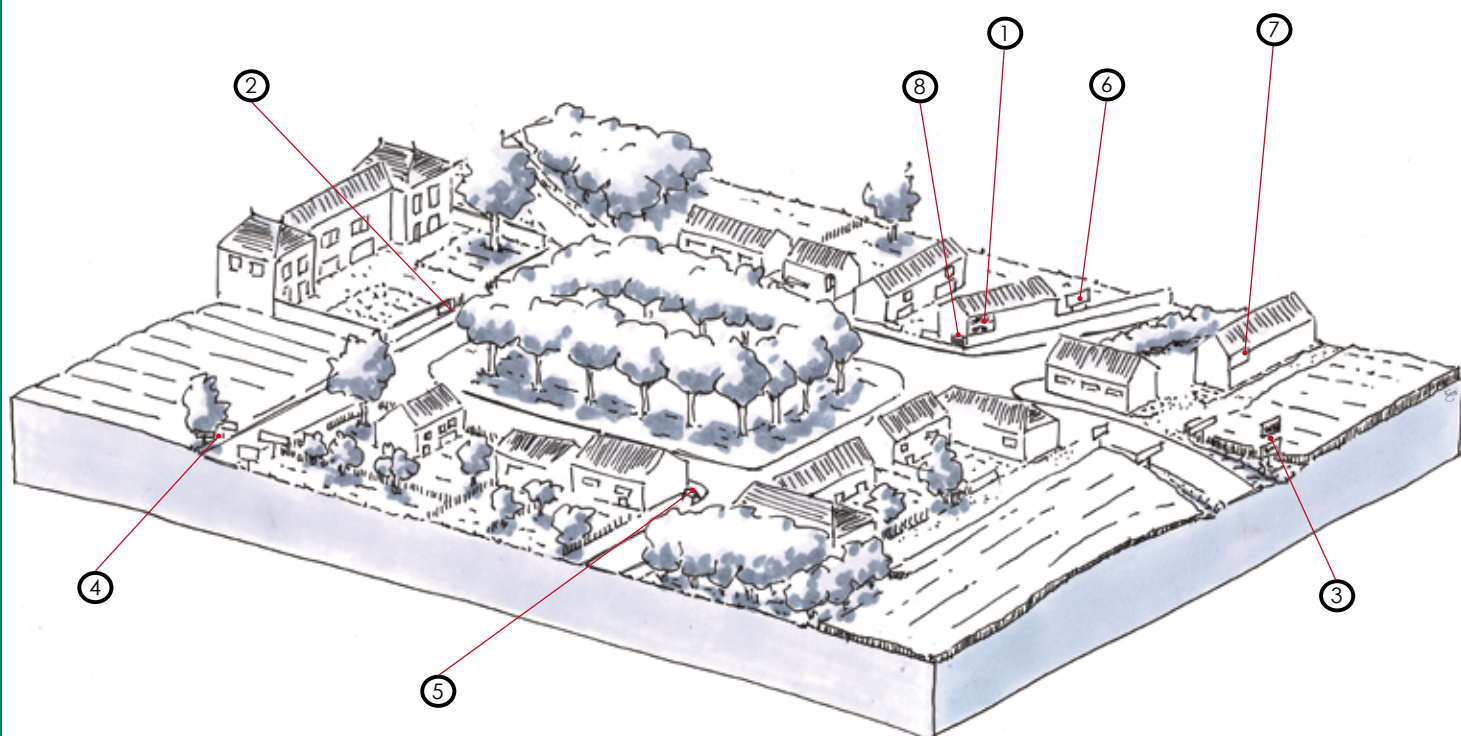
[www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)

[www.service-public.fr](http://www.service-public.fr)

[www.certu.fr](http://www.certu.fr)

## 8. SOLUTIONS DU TEST (p.34-35)

- 1 - Emplacement et dimensions correctes sauf le contenu > message publicitaire donc illégal car interdit dans un PNR.
- 2 - Enseigne car implanté sur l'unité foncière du restaurant > légale.
- 3 - Préenseignes légales car activités dérogatoires mais jusqu'en juillet 2015.
- 4 - Préenseigne implantée sur un arbre : implantation illégale.
- 5 - Enseigne temporaire de type chevalet : son contenu est correct mais il gêne le passage des piétons > illégale.
- 6 - Enseigne implantée sur parcelle voisine : illégal car les enseignes doivent être implantées sur le domaine privé et «...relative à l'activité qui s'y exerce».
- 7 - Enseigne dépassant des limites de son support : ici, de l'égout du toit donc illégale.
- 8 - SIL > légale mais désorganisée : à améliorer pour optimiser la lisibilité.





## CONTACTS UTILES

### **Direction Départementale de Territoires (DDT) de l'Essonne**

Cité administrative  
Boulevard de France  
91012 Évry cedex  
Tél. : 01 60 76 32 00

### **Direction Départementale de Territoires (DDT) de Seine-et-Marne**

288 rue Georges Clémenceau  
ZI de Vaux-le-Pénil  
77005 Melun cedex  
Tél. : 01 60 56 71 71

### **Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement de l'Essonne (CAUE91)**

1 boulevard de l'écoute s'il pleut  
91035 évry  
Tél. : 01 60 79 35 44  
Fax : 01 60 78 45 81  
caue91@caue91.asso.fr

### **Conseil d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement de Seine-et-Marne (CAUE77)**

27 rue du Marché  
77120 Coulommiers  
Tél. : 01 64 03 30 62  
Fax : 01 64 03 61 78  
caue77@wanadoo.fr

### **Service Territorial de l'Architecture et du Patrimoine (STAP) de l'Essonne**

Préfecture de l'Essonne  
Boulevard de France  
91000 Evry  
Tél. : 01 69 91 95 10

### **Service Territorial de l'Architecture et du Patrimoine (STAP) de Seine-et-Marne**

Agence de Fontainebleau :  
Pavillon Sully, Palais de Fontainebleau  
77300 Fontainebleau  
Tél. : 01 60 74 50 20

Une autre vie s'invente ici



#### **Maison du Parc**

20 boulevard du Maréchal Lyautey  
91490 Milly-la-Forêt  
Tél. : 01 67 98 73 93  
Fax : 01 64 98 71 90  
info@parc-gatinais-francais.fr  
www.parc-gatinais-francais.fr