

Webinaire publicité 28/09/2023

Les approches des Parcs naturels régionaux sur l'affichage publicitaire et bonnes pratiques

Sophie LHEUREUX, chargée de mission aménagements et paysages, Parc du Haut-Jura

Parc naturel régional  
**Haut-Jura**

**GUIDE TECHNIQUE**



*La publicité extérieure et la signalisation*

Novembre 2022



Une montagne *qu`vit*

RÉGION  
BOURCOGNE  
FRANCHE  
COMTE

La Région  
Auvergne-Rhône-Alpes



# ACCOMPAGNEMENT DE LA MAITRISE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE ET DE LA SIGNALÉTIQUE SUR LE TERRITOIRE.

## Objectifs :

- Actualiser le guide de 2004 avec les évolutions réglementaire
- Donner une lisibilité sur la réglementation > Clarifier la place du Parc sur le sujet
- Doter les collectivités de clés de compréhension pour anticiper le transfert du pouvoir de police
- Impulser la naissance de RLPI pour compléter le maillage territorial

## Une action en 2 phases :

- l'élaboration de **2 diagnostics publicitaires** auprès des collectivités ayant répondues à l'AMI de 2021 et en vue de projets d'élaboration de RLPI.



- La **mise à jour du guide de la signalétique du Parc**, en concertation avec les acteurs locaux, comportant des orientations communes, pour une harmonisation de l'affichage publicitaire et de la signalétique au sein du Parc.



# LE GUIDE TECHNIQUE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIÈRE ET DE LA SIGNALÉTIQUE

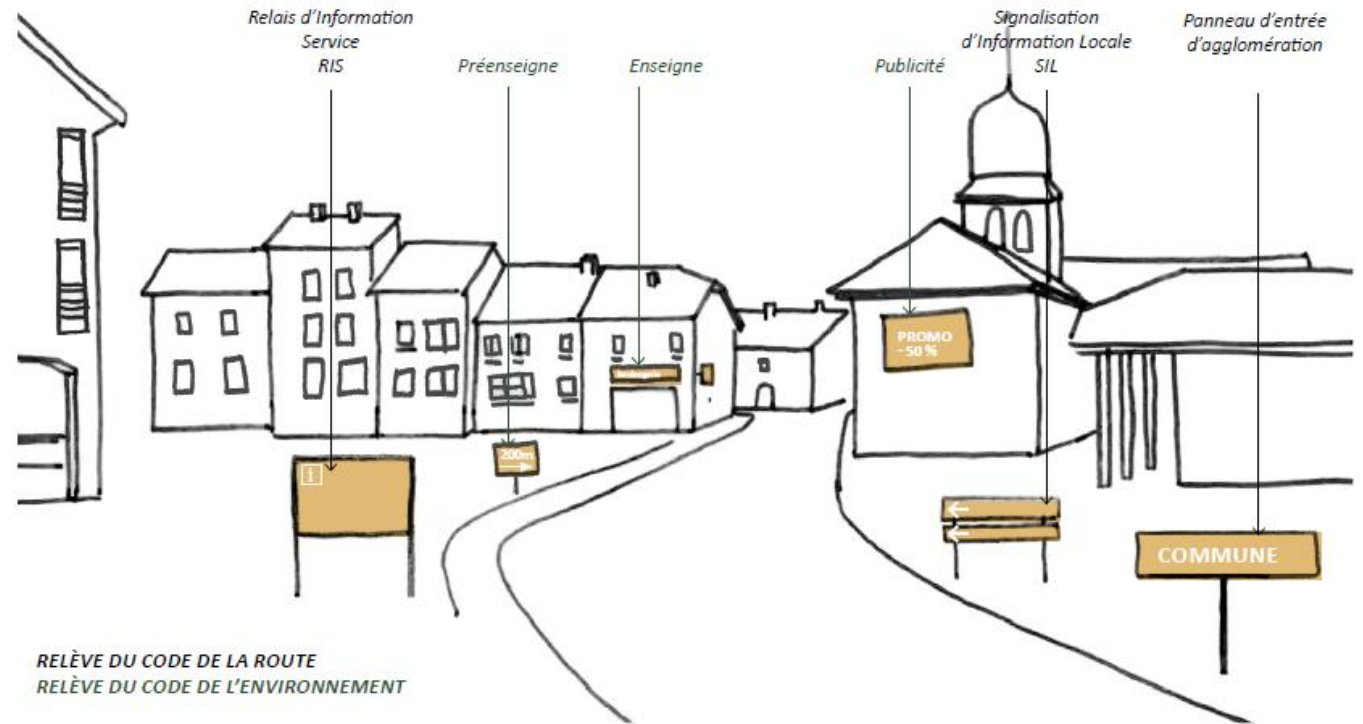
## Une offre aux collectivités :

- des principes directeurs pour d'accélérer les réflexions et procédures de RLP(i),
- un outil pour un remplacement progressif des équipements de SIL, en phase avec la nouvelle normalisation.

## Un accompagnement des porteurs de projet :

- Des outils de communication pour annoncer son activité : fiches pratiques, charte graphique

## LES DISPOSITIFS CONCERNÉS



# IL CONTIENT

## Des éclairages réglementaires et normatifs

- Des outils pratiques de mise en œuvre de la signalétique et la publicité extérieure
- Des liens vers des ouvrages et structures partenaires pour approfondir le sujet en fonction des besoins

## II - LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

### 1 - LA PUBLICITÉ

#### QU'APPELLE-T-ON PUBLICITÉ ?

**Article L.581-3-1\*** : 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.

#### La publicité est interdite :

- Hors agglomération (Art. R110-2 du code de la route)
- En agglomération dans des secteurs protégés :
  - Périmètre de secteur patrimonial remarquable,
  - Parc naturel régional,
  - Site inscrit,
  - Périmètre de protection d'un monument historique,
  - En zone de protection spéciale (site Natura 2000).

#### La publicité lumineuse est interdite sur le territoire du Parc

\* Au sein d'un Parc naturel régional, la publicité ne peut être réintroduite qu'avec la mise en place d'un RLP.

#### En cas d'infraction :

Le pouvoir de police en matière de publicité appartient à l'Etat, reporté au maire lorsqu'un RLP est en place. Ce pouvoir reviendra automatiquement aux maires, même en l'absence de RLP, au 01/01/2024 suite à la loi climat 08/2022.

- La première action à mettre en œuvre est une démarche (lettre ou rencontre).
- En cas d'échec, la procédure prévoit une lettre d'avertissement détaillant l'infraction et fixant un délai de mise en conformité. Si cette lettre reste sans effet, le maire prend un arrêté de mise en demeure, avec possibilité d'astreinte.
- L'action extrême va jusqu'à l'exécution d'offre, le dispositif démonté étant tenu à disposition du propriétaire.

**Important :** Les démarches et procédures sont à engager vis-à-vis du propriétaire du dispositif publicitaire et non du propriétaire du bâtiment.

Une autorisation préalable (Cerfa n° 14798\*01) est nécessaire à l'implantation des dispositifs publicitaires. Aux abords d'un monument historique ou au sein d'un site patrimonial remarquable, l'architecte des bâtiments de France doit donner son accord ou avis avant toute autorisation de mise en place de tous dispositifs publicitaires.



Ces recommandations ne sont valables que lorsqu'un RLP existe sur le territoire, il permet de réintroduire la présence de publicité : en agglomération dans les « Zones de Publicité » (ZP).

- Création de Zones de publicité cohérentes avec le caractère commercial de la zone concernée.
- Formes de publicités recommandées :

Agglomération	Mobilier urbain	Muraux
Zones d'activités structurantes et centralités des bourgs-centres	Abri-voyageur, sucette et planimètre de 2m <sup>2</sup>	4m <sup>2</sup> maximum
	Nuancier préconisé pour les mats RAL 7010 :	

- Implantation recommandée sur les parcs de stationnement, les places facilement accessibles et le long des axes de traversée.

- Implantation interdite sur les trottoirs, dans l'axe visuel de façades, murs de constructions pittoresques, perspectives paysagères, secteurs protégés (sites inscrits et classés), abords des monuments historiques, Sites Patrimoniaux Remarquables.



En Zone d'Activité structurante



Autres

## II - LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

### OUTIL PRATIQUE : PRÉENSEIGNES



Format de préenseigne recommandé pour une harmonie paysagère et une lisibilité des informations par les automobilistes à vitesse moyenne.

#### Textes :

- Limiter le texte à 4 lignes de type L1.
- Hierarchiser les informations en 3 niveaux (variant en fonction des activités).
- La hiérarchisation des informations mises en avant se fait en jouant sur la taille (de 62.5 à 100 mm) et la typo (gras, italique, minuscule...)
  - La fonction de l'activité (ex : pisciculture)
  - Le nom ou la dénomination de l'activité (ex : truite des rivières)
  - Son produit ou gamme proposée (ex : vente de poissons)

#### Illustrations :

- Un visuel maximum par préenseigne. Ce visuel ne doit pas pouvoir être confondu avec la signalisation routière.
- Pour se référer à la SIL, l'idéogramme en rapport est positionné sur la bande de type SIL en dessous de la préenseigne.



Exemple d'une préenseigne sur format recommandé

## III - LA SIGNALISATION ROUTIÈRE

### 1- LA SIL : SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE

#### Organisation des barrettes :



- 1- Zone de calage flèche directionnelle  
Utilisation des flèches réglementaires Dc29 et Dc43
- 2- Zone de calage idéogrammes (dans la limite de 2)
- 3- Mention d'activité - étoile de classement  
Texte aligné à gauche

#### Rappel de la réglementation, utilisation des flèches et des étoiles :

- Les flèches utilisées doivent être normées pour les panneaux Dc43 et Dc29 (y compris sur les bases des préenseignes)
- Pour les activités liées à l'hébergement tels que : hôtel de tourisme, village résidentiel de tourisme, résidence de tourisme et camping, le niveau de prestations offertes par ces établissements peut être précisé par un indicateur de classement officiel reconnu par le délégué au Tourisme qui est l'étoile. Elle est placée directement après l'inscription.



La flèche indiquant la direction « tout droit » doit être positionnée en haut, celle indiquant à droite au milieu et celle indiquant à gauche en bas afin de suivre le sens des aiguilles d'une montre.



Les couleurs de fonds des barrettes doivent être conformes au nuancier suivant :

- Catégorie tourisme : Hébergement/restauration, station service, garage, produits du terroir, artisanat, commerces ... RAL 6028
- Catégorie services : Equipements publics, scolaires & médicaux sociaux RAL 1015
- Catégorie culture : Sports, loisirs, éléments du patrimoine, équipements culturels, parcs & jardins RAL 8028