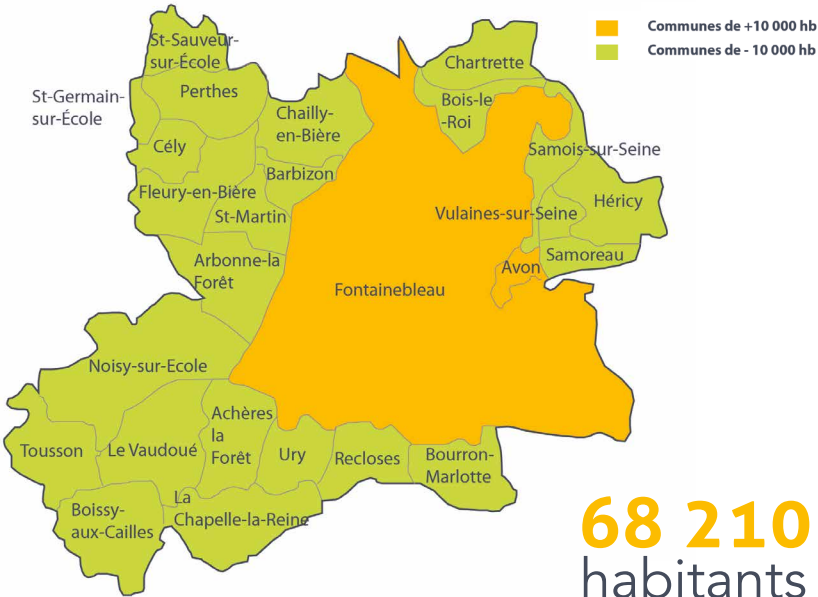




RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DU PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Le Pays de Fontainebleau a lancé l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal en juin 2018. Il concerne les 26 communes de la CAPF, territoire de compétence suite à la loi NOTRe en 2017.



LE SAVIEZ-VOUS ?

La réglementation nationale et les RLP se basent sur deux principes généraux :

- Le principe de la liberté d'expression
- Le principe de la protection du cadre de vie et de l'intérêt général



Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité intercommunal ?

C'est un document permettant la bonne gestion du droit publicitaire à l'échelle d'une intercommunalité. Il veille à la protection du paysage et de l'environnement tout en assurant une bonne visibilité aux commerçants

A quoi sert-il ?

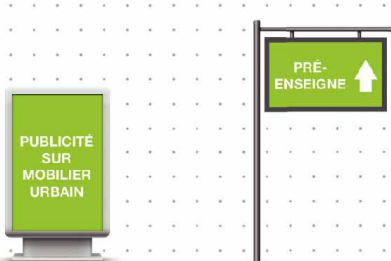
Le RLPi permet d'ajuster le règlement national de publicité aux enjeux du territoire. Ce document fixe, secteur par secteur, les obligations en matière d'affichage publicitaire (densité, taille et nombre de dispositifs, règles d'extinction des dispositifs lumineux).

Principales définitions

PUBLICITE



PRE-ENSEIGNE



ENSEIGNE



Les publicités sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention. Elles sont interdites hors agglomération.

Les pré-enseignes sont des dispositifs signalant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité déterminée. Des pré-enseignes dérogatoires peuvent être autorisées hors agglomération.

Les enseignes sont les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée.

En agglomération, la même réglementation s'applique aux publicités et enseignes. Publicités et pré-enseignes sont interdites hors agglomération (exceptées les pré-enseignes pour les produits du terroir et les monuments historiques)



Pourquoi élaborer un RLPi dans le Pays de Fontainebleau ?

L'objectif du RLPi est de proposer une réglementation cohérente de la publicité sur l'ensemble du territoire afin de protéger son patrimoine bâti et naturel et de renforcer l'attractivité de la CAPF. Le règlement devra prendre en compte les évolutions législatives, sociales, environnementales ainsi que l'arrivée de nouveaux dispositifs de publicité (numérique, bâche, vitrophanie...).

Le calendrier d'élaboration



DIAGNOSTIC

Jun à Septembre 2018
État des lieux du territoire pour identifier les dispositifs existants et faire ressortir les principaux enjeux



ORIENTATIONS

Octobre à décembre 2018
Définition des objectifs pour répondre aux enjeux identifiés



RÈGLEMENT

Janvier à juin 2019
Délimitation des zones de publicités et identification de règles propres à chaque secteur



APPROBATION

Septembre 2019 - février 2020
Arrêt puis consultation des personnes publiques associées avant l'enquête publique et l'approbation.

S'informer et participer

- Retrouvez les documents relatifs au RLP sur le **site internet** de la collectivité
- Inscrivez vos remarques dans le **registre de concertation** situé au siège de l'agglomération et des 26 mairies des communes membres.

- Contactez la CAPF :
44 rue du Château, 77300 Fontainebleau
accueil@paysdefontainebleau.fr
01 64 70 10 80



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

LE DIAGNOSTIC

7

3 communes ont déjà un Règlement Local de Publicité : Bourron-Marlotte (1993), Fontainebleau (2000) et Avon (2009).

4 communes : Cély-en-Brières, Chailly-en-Bière, Perthes-en-Gâtinais et Saint-Sauveur-sur-Ecole ont un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) depuis 1989.

Les documents écrits avant 2010 doivent être mis en conformité avec la loi portant Engagement National pour l'Environnement (Grenelle II) avant juillet 2020.



La plupart des dispositifs publicités et pré-enseignes se trouvent dans les communes de Samoreau, Avon, Fontainebleau et Vulaines-sur-Seine

moins de **50%**

des dispositifs du territoire sont actuellement **conformes** à la réglementation nationale.

Le contexte paysager et patrimonial remarquable fixe des interdictions concernant la publicité :

87% du territoire est protégé par des sites inscrits et classés

16 

communes au sein du Parc Naturel du Gâtinais français

81 

monuments historiques

2 « Sites Patrimoniaux remarquables » : Bourron-Marlotte et Barbizon et un en cours de création (Fontainebleau / Avon)

3 sites Natura 2000



La plupart des dispositifs présente une surface **inférieure** à

4m²

(panneaux muraux, préenseignes au sol, abris-bus, etc.)



Les principales raisons de non-conformité à la réglementation nationale sont liées à l'installation de dispositifs au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, une implantation hors agglomération ou dans le périmètre du Parc Naturel Régional



Un territoire avec un cadre de vie de qualité et un paysage hors du commun, globalement préservé de la publicité. Le massif forestier de Fontainebleau est le deuxième massif boisé de France, ayant le plus haut niveau de protection au titre des espaces protégés. Le territoire est reconnu par l'UNESCO comme réserve de biosphère (126 communes) en plus du château de Fontainebleau et de son parc.

Le diagnostic a permis d'identifier plusieurs secteurs auxquels sont rattachés différents enjeux :

Les secteurs à préserver : les espaces paysagers et patrimoniaux (Château de Fontainebleau et ses alentours, Barbizon, Bourron-Marlotte, Parc Naturel Régional du Gâtinais et bords de Seine)

- Préserver les espaces de nature en ville et les sites patrimoniaux
- Déterminer des espaces où la publicité est interdite
- Encadrer l'implantation des enseignes



Les zones d'activités économiques

- Assurer une meilleure lisibilité et qualité paysagère des espaces commerciaux
- Éviter la surdensité d'information qui dégrade la visibilité des entreprises.
- Encadrer les types de matériaux utilisés



Les portes et traversées de territoire, les axes structurants

- Concilier visibilité des acteurs économiques et qualité paysagère des axes majeurs de traversée du territoire.
- Définir des secteurs stratégiques au niveau de ces axes (zones d'interdiction – entrée de ville, carrefours et giratoires principaux).
- Préserver le paysage (espace rural et sites emblématiques)



Les centres-bourgs et centres-villes patrimoniaux

- Améliorer la qualité esthétique des enseignes des petits commerces
- Respecter et mettre en valeur le bâti ancien et les ensembles urbains traditionnels
- Préserver le cadre de vie des zones à vocation résidentielle



Les espaces du quotidien : les pôles de proximité et quartiers résidentiels

- Préserver le paysage du quotidien sur l'ensemble du territoire
- Adapter le format de la publicité au contexte résidentiel
- Encadrer l'implantation des enseignes

LES ORIENTATIONS

LES PUBLICITÉS

- Conserver des petits formats
- Réintroduire la publicité dans certaines zones tout en maintenant certains périmètres d'interdiction
- Encadrer les dispositifs numériques et lumineux
- Étendre la période d'extinction nocturne

LES ENSEIGNES

- Encadrer de façon plus ou moins stricte l'implantation des enseignes en fonction du contexte patrimonial et urbain
- Réguler la densité dans les zones d'activités commerciales en supprimant certains dispositifs au sol et sur clôture
- Encadrer les dispositifs lumineux et numériques
- Étendre la période d'extinction nocturne